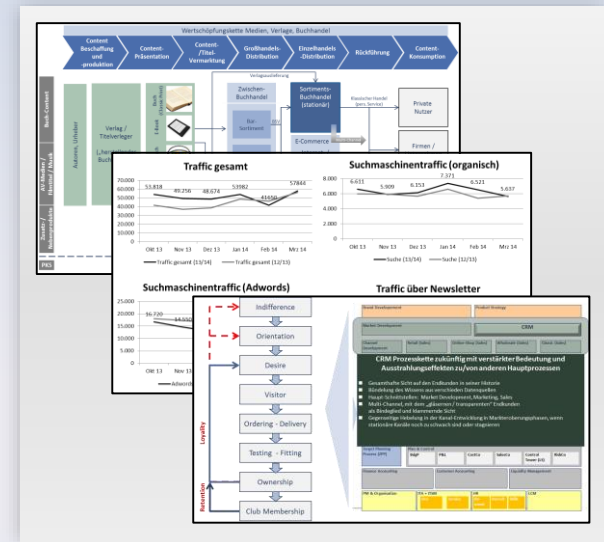


Exxent Consulting



Chancen und Risiken im deutschen Buchhandel: Eine Diskussionsgrundlage und Expertise

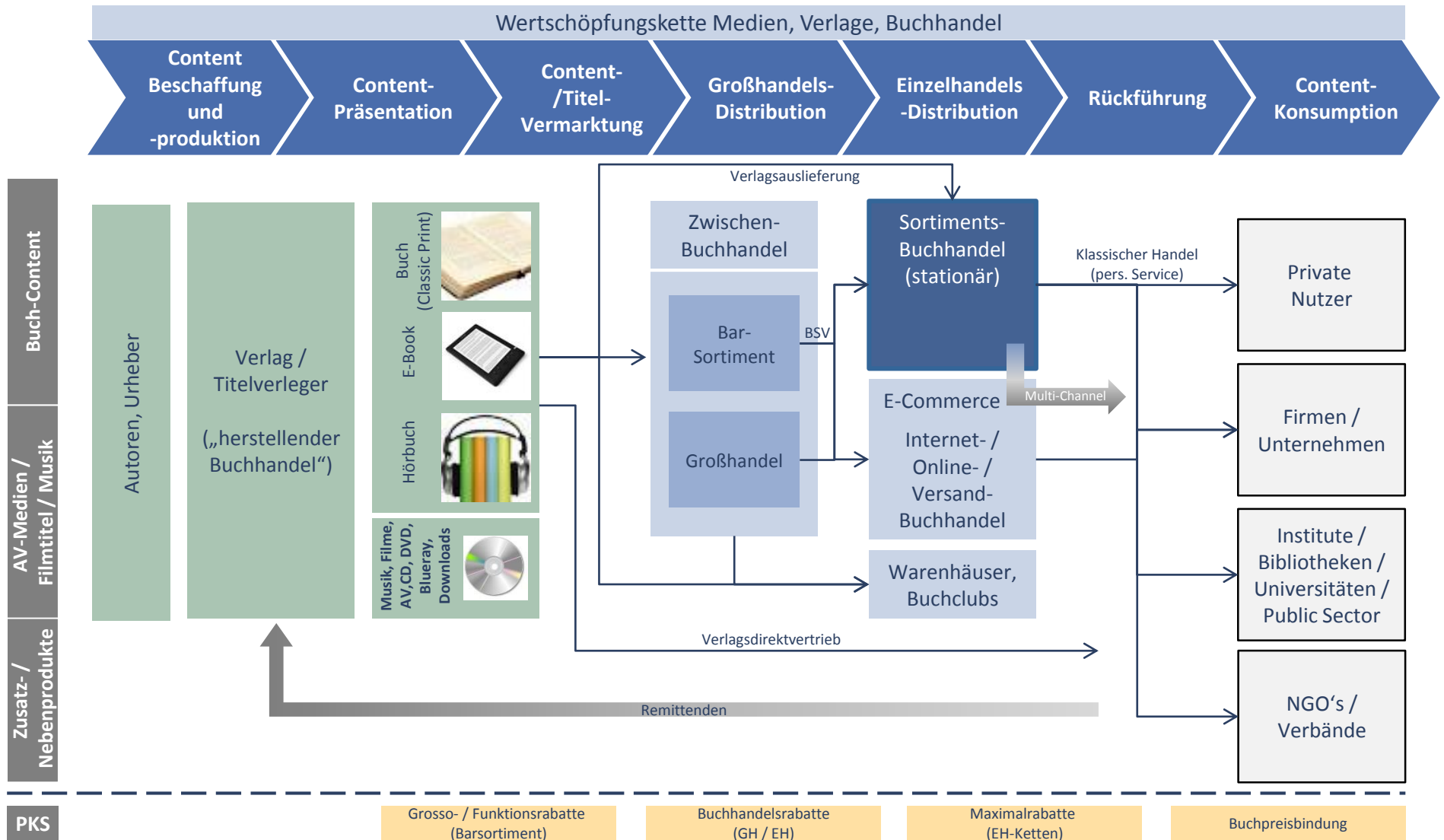
- Entwicklung des deutschen Buchhandels
- Handlungsfelder
- Mögliche Themen und Projektansätze

Juni 2015

Inhaltsverzeichnis

- 1** **Entwicklungen und Trends im deutschen Buchmarkt**
- 2 Positionierung der Buchhandlung im Spannungsfeld
- 3 Mögliche Handlungsfelder
- 4 Ansatzpunkte der Zusammenarbeit und Projekterfahrung
- 5 Exxent als Partner

Marktmodell und integrierte Wertschöpfungskette „Buchhandel“ im Spannungsfeld



Ranking der deutschen Buchhandlungen nach Umsatz

Rang 2012	Unternehmen	2012		2011	2010		2009
		Anzahl Filialen	Umsatz in Mio €	Umsatz in Mio €	Anzahl Filialen	Umsatz in Mio €	Umsatz in Mio €
1	Thalia Holding GmbH	300	984	1015	289	1002	910
2	DBH Buch Handels GmbH & Co. KG.	420	695	720	469	731	743
3	Schweitzer Fachinformationen	25	182	166	35	165	165
4	Mayersche Buchhandlung GmbH & Co. KG	46	170	175	46	170	170
5	Orell Füssli	14	95				85
	Lehmanns			69,4		70	74
	Kaufhof Warenhaus AG			66			72
	Osiandersche Buchhandlung GmbH			53,1			
	Valora Retail				380	236	
	Libro						88

Quelle: Buchreport , Thalia Holding GmbH und LZNet (Filialen 2011)

Markt für Bücher (D) nach Anteil der Absatzwege 2007 – 2011 und Marktentwicklung 2013

Anteil der Vertriebsweg der (in Prozent)	2011	2007
Sortimentsbuchhandel (ohne E-Commerce)	49,7	53,6
Verlage direkt	19,1	18,0
Versandhandel (inkl. E-Commerce)	17,8	12,6
Sonstige, Warenhäuser, Buchgemeinschaften	13,4	15,8
Deutscher Buchmarkt insgesamt	100,0	100,0

Marktentwicklung Buchhandel 2013:

März im Vergleich zum Vorjahr

■ Hörbücher:	+ 28,9 %
■ Kinder- und Jugendbücher	+ 25,1 %
■ Belletristik	+ 12,5 %
■ Ratgeber	+ 10,4 %
■ Reisen	+ 8,2 %
■ Geisteswissenschaften, Kunst, Musik	+ 6,3 %
■ Sachbücher	+ 3,0 %
■ Naturwissenschaften, Medizin, Informatik, Technik	+ 0,8 %
■ Sozialwissenschaften, Recht, Wirtschaft	- 1,2 %
■ Taschenbuch	+ 11,9 %
■ Hard- und Softcover	+ 10,9 %

Vertriebswege März im Vergleich zum Vorjahr

■ Sortiment , E-Commerce, Warenhäuser:	+ 11,9 %
■ Sortiment:	+ 13,5 %

Vertriebswege 1. Quartal:

■ Alle Vertriebswege :	+ 5,3%
■ Sortiment:	+ 4,9%

Basis: Endverbraucherpreise, ca. 9,6 Milliarden Euro 2011, ca. 9,58 Milliarden Euro 2007.

Quelle: Börsenverein des Dt. Buchhandels

Entwicklung des Sortimentshandels im Gesamtüberblick

- **Gesamtvolumen ca. 10 Mrd. € über ca. 6.700 – 6.800 Buchhandlungen**
- **Der Sortimentshandel ist zwar weiterhin Hauptvertriebspartner der Verlage**, sein Anteil ist jedoch seit 2011 **mit 49,7%** unter die 50%-Marke gerutscht
- Die überraschend **guten Zahlen aus März 2013** (13,5% Wachstum gegenüber dem Vorjahr) werden kritisch gesehen und beruhen wahrscheinlich nicht auf nachhaltigen, positiven Trends
- **Verlage** bauen ihr **Direktgeschäft** aus (fast 20%)
- **Warenhäuser und Buchclubs verlieren** weiter
- Anhaltendes **Wachstum beim Versand- und Internet-Buchhandel** (e-Commerce)
- Weitere **Konzentration im Sortimentshandel** durch Großfilialisten:
 - **Ca. 800 Filialen der Top 5 Filialisten** kommen mit **ca. 21 Mrd. € Umsatz auf fast 46% des gesamten Sortimentshandels**

Inhaltsverzeichnis

1

Entwicklungen und Trends im deutschen Buchmarkt

2

Positionierung der Buchhandlung im Spannungsfeld

3

Mögliche Handlungsfelder

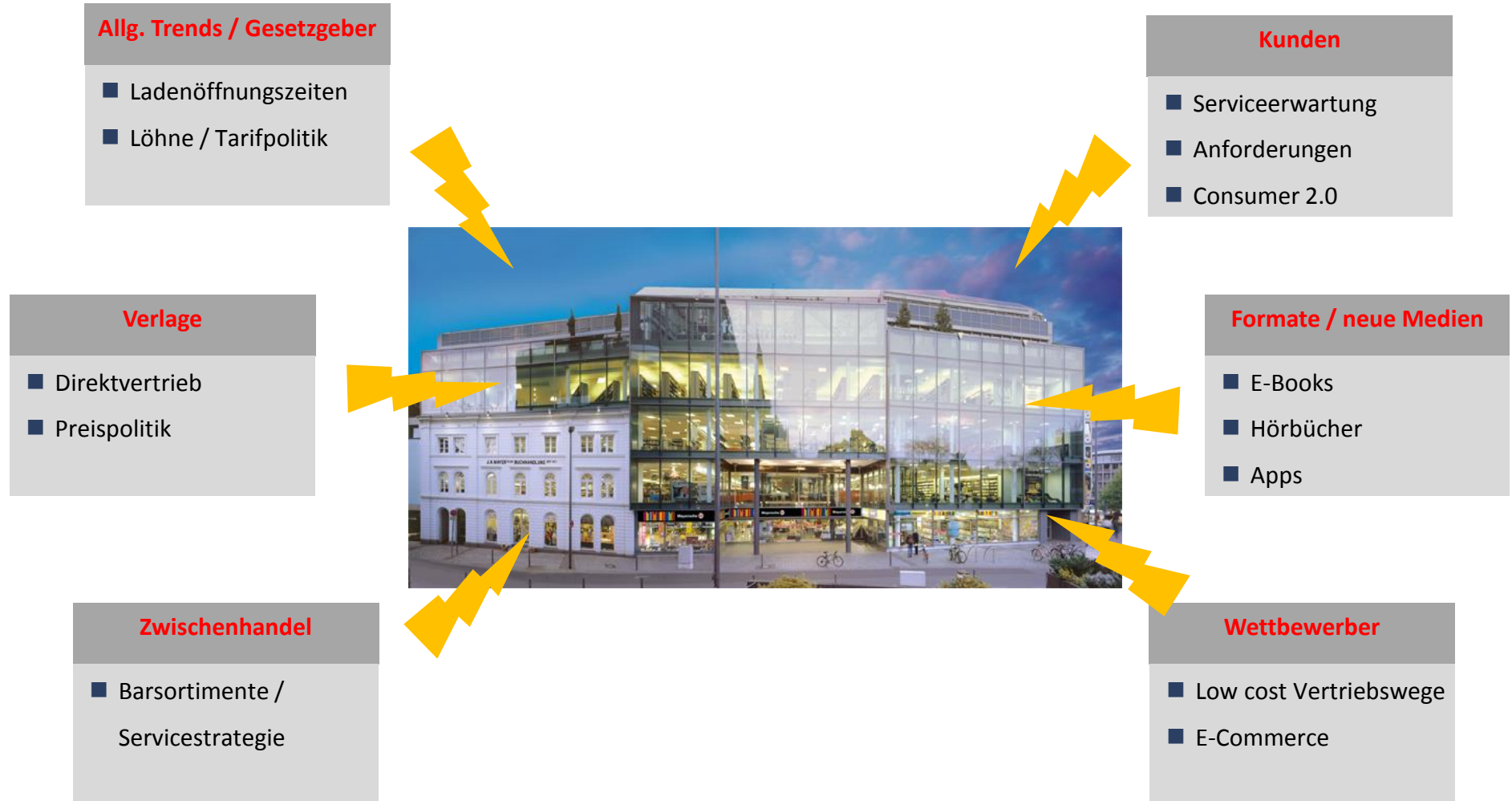
4

Ansatzpunkte der Zusammenarbeit und Projekterfahrung

5

Exxent als Partner

Bedrohungsszenario für die Sandwich-Position des Sortimentshandels



Struktur und Geschäftsmodell einer Buchhandlung im Spannungsfeld

- Gelten oft **Großfilialisten mit zahlreichen Buchhandlungen** und sind **mittelständisch geprägt**
- **Buchhandlungen, Filialstandorte und gleichzeitig wachsende Online Stores**
- Oft bis zu oder mehr als **1000 Mitarbeiter**
- **Mix an zentralen Standorten und zahlreichen kleineren in einer differenzierten Shopstruktur**
 - **Stammhaus bzw. Flagships**
 - **Kleinere und mittelgroße Shops** in der Fläche
 - Zentrale für **allgemeine Shared Services**
 - **Zentrallager**

Aktuelle Entwicklungen und Verschärfung des Kostendrucks

- Oft bestehende **Arbeitsplatzgarantien**
 - Zunehmendes **Flächenproblem**: Zu große oder schlecht gelegene bzw. aufgeteilte Flächen erreichen die **Umsatzerwartungen nicht**
 - **Einige Filialen müssen geschlossen, einige verkleinert werden**
 - **Online-Shop als zusätzlicher Absatzkanal etabliert**, aber noch nicht professionell genug gemanagt und in ein Multikanal-Management integriert
-
- Ausgangsposition im Markt mit großer Distributionsfläche als Platzhirsch
 - Anhaltend verschärfter Kostendruck
 - Damit Effizienzsteigerung in Prozessen und in der Fläche zwingend erforderlich
 - Differenzierungsmöglichkeiten über Service und Ladenqualität erfordern Investitionen in Multikanalmanagement und Kundenservice sowie CRM-Konzeptionen/-systeme

Inhaltsverzeichnis

- 1 Entwicklungen und Trends im deutschen Buchmarkt
- 2 Positionierung der Buchhandlung im Spannungsfeld
- 3 Mögliche Handlungsfelder**
- 4 Ansatzpunkte der Zusammenarbeit und Projekterfahrung
- 5 Exxent als Partner

Handlungsspielraum, Stellhebel und deren Orchestrierung als Herausforderung

Wie kommt der stationäre Buchhandel aus der Sandwichlage heraus bzw. kann wieder profitabel wachsen?



Inhaltsverzeichnis

1

Entwicklungen und Trends im deutschen Buchmarkt

2

Positionierung der Buchhandlung im Spannungsfeld

3

Mögliche Handlungsfelder

4

Ansatzpunkte der Zusammenarbeit und Projekterfahrung

4.1

Basisverbesserung

5

Exxent als Partner

Ausgangssituation und Definition (1)

Typische Probleme in den Prozessen und Funktionen sind:

- Nicht ausreichendes prozessorientiertes Denken
- Prozesshemmende Kompetenzregelungen
- Hohe Arbeitsteilung funktional und prozessbezogen
- Hohes Ausmaß gegenseitiger Kontrolle
- Hohe Anzahl von Schnittstellen (Integrationspunkte)
- Redundante Tätigkeiten und Doppelarbeiten
- Großer Anteil nicht-wertschöpfender Tätigkeiten (Ablegen, Sortieren etc.)
- Lange Durchlaufzeiten im Beleg- und Informationsfluss
- Unzureichende prozessadäquate Systemunterstützung
- Keine prozessorientierte Arbeitsplatz- und Raumorganisation
- Fehlende Backups

➔ Ein hoher Anteil dieser Probleme kann mittels kurzfristiger Verbesserungsprogramme gelöst werden

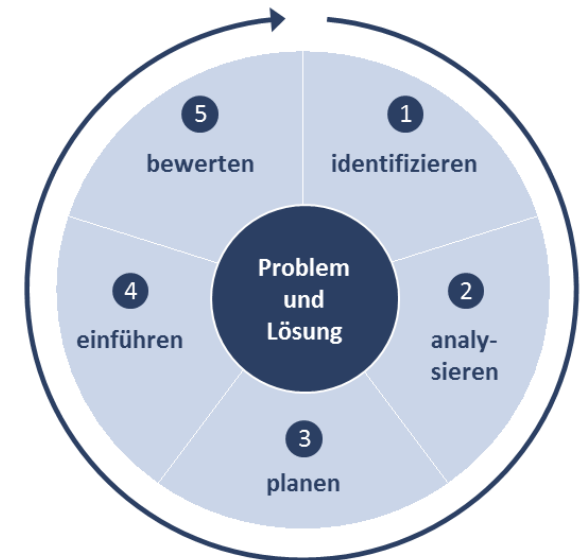
Ausgangssituation und Definition (2)

- Die Basisverbesserung ist ein bewährtes Programm, das die genannten Probleme gezielt angeht. Der Erfolg dieses Programms wurde in zahlreichen Projekten nachgewiesen. Dabei werden im Rahmen eines **viertägigen Workshops Rationalisierungspotenziale aufgezeigt** und kurzfristig spürbare Verbesserungen direkt realisiert.
- Die Durchführung des Basisverbesserungs-Workshops orientiert sich an einem Prozessmodell, das die Problemlösung methodisch vereinfacht. In Arbeitsteams werden die Schritte **Identifizieren, Analysieren, Planen, Einführen** und **Bewerten** systematisch durchlaufen. Die **Eliminierung von Verschwendung** steht dabei stets im Vordergrund, und zwar durch:

- ➔ Abbau nicht leistungsrelevanter Tätigkeiten
- ➔ Schaffung transparenter und schlanker Prozesse
- ➔ Optimierung der Arbeitsplatzorganisation
- ➔ Optimierung des Ressourceneinsatzes
- ➔ Erhöhung der Wirtschaftlichkeit (EBITDA)

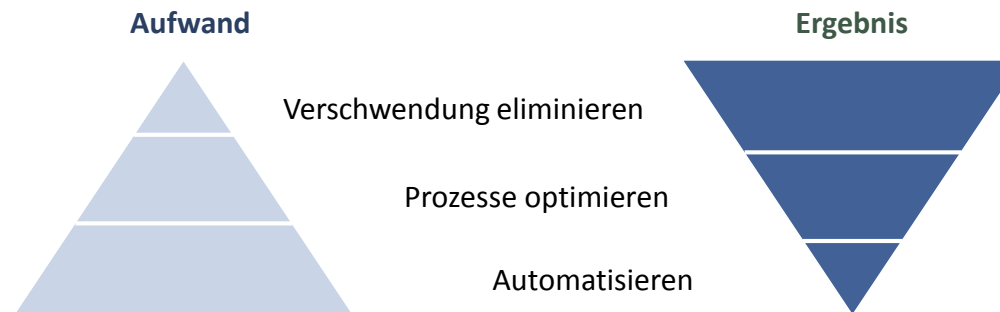
Ziel ist die Erkennung und Umsetzung von möglichst schnell wirksamen und mit wenig Aufwand realisierbaren Verbesserungen.

Ein Großteil der erarbeiteten Lösungen kann noch während des Basisverbesserungs-Workshops getestet, implementiert und bewertet werden.



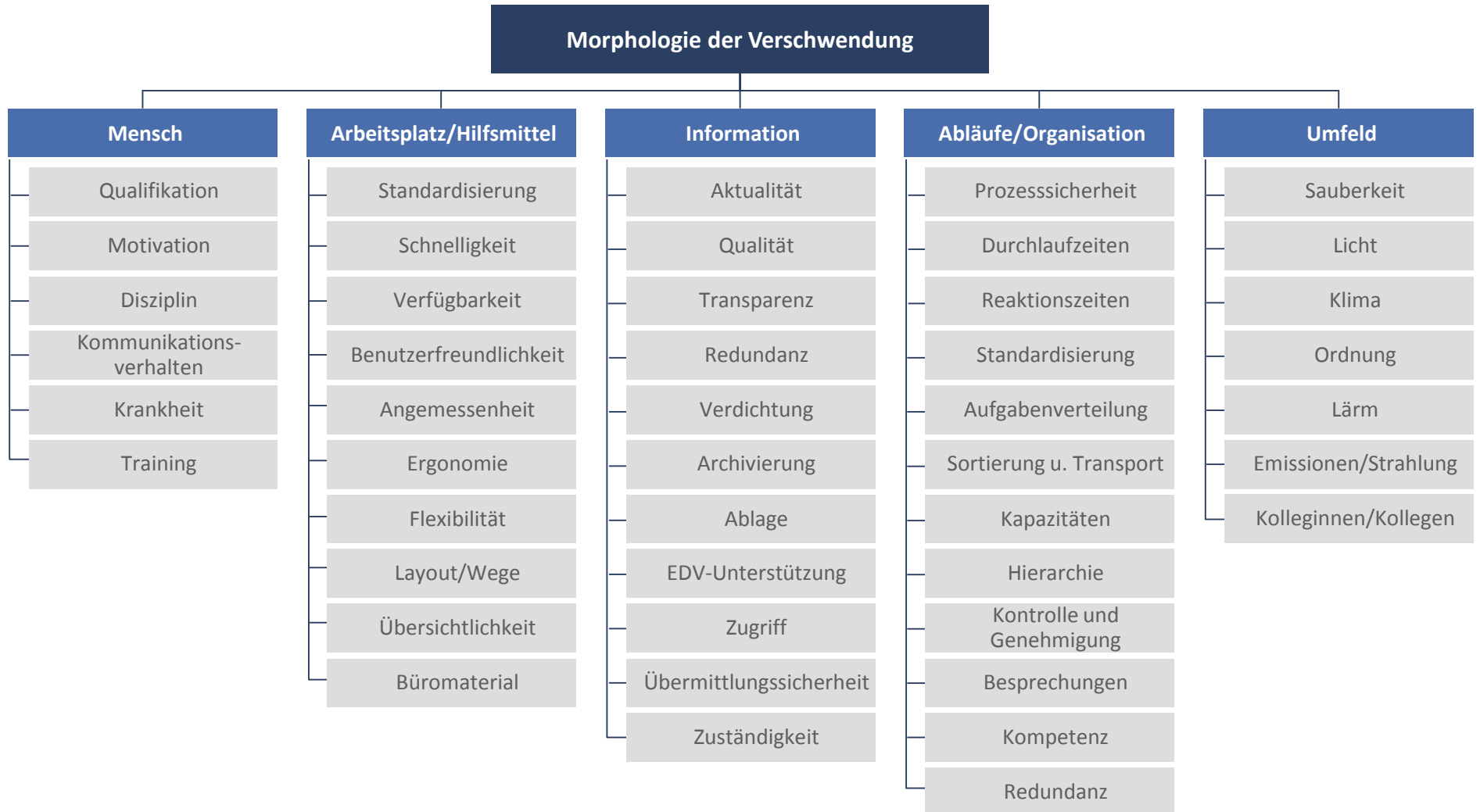
Eliminierung der Verschwendung (1)

- Bei einem Vergleich von verschiedenen Optimierungsansätzen zeigt die Praxis oftmals ein umgekehrt proportionales Verhältnis zwischen Aufwand und Ergebnis: Die Eliminierung von Verschwendung führt häufiger zu Verbesserungen mit hoher Ergebniswirksamkeit als aufwendige Automatisierungseffekte. So können beispielsweise durch kurzfristige Prozess-veränderungen hohe IT-Investitionen teilweise oder ganz vermieden werden. Erfahrungsgemäß lassen sich 60-80% der Potenziale in indirekten Bereichen ohne aufwendige IT-Lösungen realisieren.



- Wesentliches Ziel der Basisverbesserung ist es deshalb, den Leistungserstellungsprozess **durch die Vermeidung von Verschwendung** effizienter zu gestalten. Gemeint ist die Eliminierung von Verschwendungsarten aus den Bereichen Mensch, Arbeitsplatz, Hilfsmittel, Abläufe, Organisation und Umfeld. Hierfür wurde folgende Morphologie entwickelt, die als Suchhilfe für Verschwendungsquellen dient und den Mitarbeiter für die verschiedenen Formen der Verschwendung sensibilisiert.

Eliminierung der Verschwendung (2)



Prinzipien der Basisverbesserung – Die Konzeption der Basisverbesserung in indirekten Bereichen beruht auf nachfolgenden Prinzipien:

Prinzip 1: Einbeziehung der Mitarbeiter - Collaborative Organizational Design (COD)

- Die Durchführung der Basisverbesserungs-Workshops im Team mit Mitarbeitern des ausgewählten Untersuchungsbereiches basiert auf der Erkenntnis, dass niemand die Arbeitsabläufe besser beurteilen kann als derjenige, der täglich daran beteiligt ist.
- Zudem stellt die Einbeziehung der Mitarbeiter von Beginn an eine hohe Identifikation mit den erarbeiteten Problemlösungen sicher und schafft damit die Voraussetzung für eine schnelle Umsetzung der definierten Maßnahmen.

Prinzip 2: Transparenz

- Die grafische Darstellung von Prozessen und Problemen (Prozessblitz) ist ein wichtiges Hilfsmittel bei der effizienten und systematischen Durchführung der Basisverbesserungs-Workshops. Durch den anschaulichen Vorher-Nachher-Vergleich werden die erzielten Verbesserungen klar erkennbar.
- Visualisierung dient jedoch nicht nur der Unterstützung des Teamarbeitsprozesses, sondern ist ein wichtiges Element, um den dauerhaften Erfolg der Umsetzung sicherzustellen.
- Die grafisch aufbereitete und gut sichtbar angebrachte Darstellung von Zielen, neuen Arbeitsabläufen, Richtlinien, Ergebnissen, Zusammensetzung von Arbeitsgruppen etc. schafft die notwendige Transparenz für die Erfolgskontrolle und weitere Verbesserungsansätze.

Prinzip 3: Sofortige Umsetzung der Maßnahmen und Nachhaltigkeit

- Leitlinie bei der Arbeit im Basisverbesserungs-Team ist die kurzfristige Umsetzbarkeit der erarbeiteten Verbesserungsvorschläge. Angestrebt wird die Realisierung der Verbesserung noch innerhalb des Workshops.
- Dieser Maßgabe liegt die Erkenntnis zugrunde, dass das größte und zugleich mit dem geringsten Aufwand realisierbare Produktivitätssteigerungspotenzial im Abbau von Verschwendung jeglicher Art liegt. Demzufolge liegt der Schwerpunkt auf Maßnahmen, bei denen keine bzw. nur geringe Umsetzungsinvestitionen erforderlich sind.
- Die sofortige Umsetzung von Verbesserungsvorschlägen steigert zudem die Motivation der Mitarbeiter, da der Erfolg der Maßnahmen sofort sichtbar wird.

Durchführung der Basisverbesserung – Die Basisverbesserung ist ein viertägiger Workshop mit fest durchstrukturiertem Rahmenprogramm:

	1. Tag	2. Tag	3. Tag	4. Tag
vormittags	<ul style="list-style-type: none">■ Vorstellung konzeptionelle Grundlagen■ Ortsbegehung	<ul style="list-style-type: none">■ Gruppenbildung■ Beginn der Gruppenarbeit: Problemanalyse	<ul style="list-style-type: none">■ Gruppenarbeit: Planung von Lösungen, Einführung der Verbesserungen	<ul style="list-style-type: none">■ Einführung der Verbesserungen, Vorbereitung der Präsentation
nachmittags	<ul style="list-style-type: none">■ Prozessanalyse „Brown Paper“■ Problemsammlung/ Priorisierung	<ul style="list-style-type: none">■ Gruppenarbeit: Problemanalyse, Erarbeitung von Lösungs-Ansätzen	<ul style="list-style-type: none">■ Gruppenarbeit: Einführung und Bewertung der Verbesserungen	<ul style="list-style-type: none">■ Ergebnispräsentation durch die Prozess-träger, unterstützt durch Moderatoren

Durchführung der Basisverbesserung

- Im Vorfeld der Basisverbesserung findet gemeinsam mit Basisverbesserungs-Moderatoren eine Besichtigung der möglichen Bereiche und Funktionen statt, bei der die zu untersuchenden Bereiche festgelegt und genau abgegrenzt werden. Der Untersuchungsbereich sollte dabei in sich abgeschlossen sein und eine Größe von 15-30 Mitarbeitern haben.
- Mit Hilfe der sog. Brownpaper-Methode erarbeitet das Gesamtteam am ersten Tag eine Prozess- und Informationsflussdarstellung für den Untersuchungsbereich. Die systematische Darstellung aller Arbeitsschritte – beispielsweise des Leistungserstellungsprozesses – zeigt den Teammitgliedern, dass in der Regel nur ein **kleiner Teil der eigenen Arbeitsschritte wirklich wertschöpfend ist**, während der Großteil der Tätigkeiten wie Ablegen, Kopieren, Transportieren o.ä. als Verschwendungsquelle zu betrachten ist.
- Aufbauend auf der Prozessdarstellung werden die Hauptprobleme und -verschwendungsquellen identifiziert, gruppiert und bewertet.
- Ab dem zweiten Tag teilt sich das Basisverbesserungs-Team in drei bis vier Arbeitsgruppen auf, um die am Vortag identifizierten Probleme zu analysieren und zu lösen.
- In der Regel werden Einsparungen und Verbesserungen in den Gestaltungen von Arbeitsabläufen und des Arbeitsumfeldes, in der Prozessorientierung sowie in der Mitarbeitermotivation und -qualifikation erreicht.

Brownpaper-Methode



Die Zusammenhänge zwischen der Prozesslandkarte, ihrer Vernetzung und den detaillierten Arbeitsabläufen werden durch die richtige Visualisierung verdeutlicht. Die Beziehung zwischen Grobstruktur und Detail wird somit von Ist- bis zum Sollprozess laufend überwacht.

Wertstromanalyse und Mapping des Hauptprozesses

Beispiel

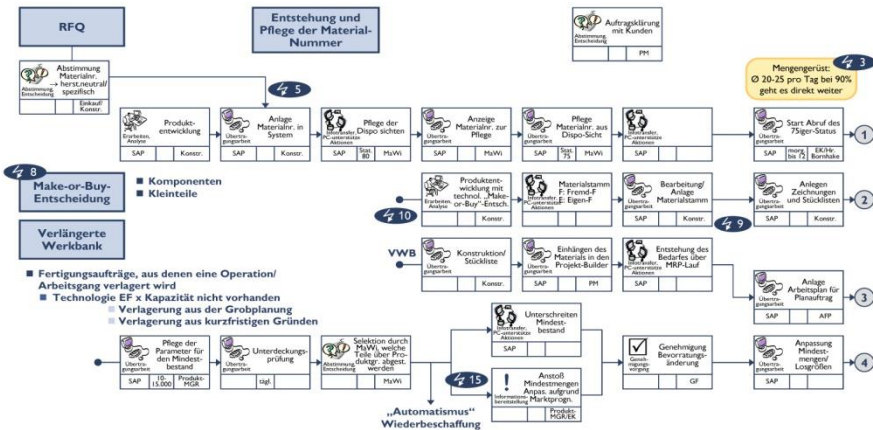
Brown Paper



Blitzspeicher

- ⚡1 Zuordnung der Material-Nummer auf Warengruppen durch die Konstruktion ist nicht eindeutig
- ⚡2 Im EK müssen neue Material-Nummern bearbeitet werden, die noch keine Freigabe haben.
- ⚡3 Durchlaufzeit mindestens 3 Tage bis 14 Tage gesamt. Hauptproblem Planlieferzeit.
- ⚡4 Preisinfo wird erst bei der Bestellung erfasst
- ⚡5 Vollständigkeit der Info (z.B. Prüfung)
- ⚡6 Keine automatisierte Erzeugung der Material-Freigabe
- ⚡7 Aktualität und Pflege Wiederbeschaffungszeiten
- ⚡8 Struktur und Organisation der „Make or buy“-Entscheidung
- ⚡9 Fixierung „MoB“-Entscheidung bei Auftragserteilung = 80%
- ⚡10 Zusammenarbeit Konstruktion (Produktentwicklung) mit Einkauf läuft nicht optimal (Value Engineering)
- ⚡11 Für alle Teile wird dieselbe Genauigkeit beim Anlegen angesetzt, auch wenn sie später nach draußen vergeben werden
- ⚡12 Kostentransparenz der eigenen Herstellungskosten
- ⚡13 An dieser Stelle wird noch keine Bedarfsprognose für einen EK-Forecast abgeleitet

Mapping



Zusammenfassung der Potenziale

	Prozesseffizienz					Prozessqualität			
	Materialkosten	Frachtkosten	Personalkosten auf IT-Problemen basierend	Personalbezogene Voll-Kosten	DB2-Verlust	Better		Faster	
Team 1: „Redesign Logistikbetrieb“ + „Schnittstellen-Optimierung“		1.1 217.670,- 1.7 42.287,-		1.3 85.350,- 1.4 96.800,- 1.5 40.000,- 1.6 13.600,-		1.1 1.6 1.2 1.7 1.4 1.9 1.5 1.10	1.1 1.6 1.2 1.7 1.4 1.8 1.10		
Team 2: „SLA-Alignment“, „Ansteuerung durch KUZ“, „IT-Support“, „Schaffung Transportoptimierung“		2.5 211.500,- 2.7 12.000,- 2.8 2.500,-	2.9 18.750,-	2.2 20.000,- 2.4 68.400,- 2.5 48.400,- 2.7 2.600,- 2.8 625,-	2.9 35.000,-	2.1 2.6 2.2 2.7 2.3 2.8 2.4 2.10 2.5	2.1 2.8 2.3 2.9 2.6 2.10 2.7		
Team 3: – Auftragsdurchlauf + Logistik – Transport-Management – Wareneingang-Replenishment – Kommissionierung			82.500,-*) 1.833,- 64.900,- 12.375,-						
Σ Gesamt [€]		485.957,-	180.358,-	375.775,-	35.000,-				

Beispiel

Inhaltsverzeichnis

1

Entwicklungen und Trends im deutschen Buchmarkt

2

Positionierung der Buchhandlung im Spannungsfeld

3

Mögliche Handlungsfelder

4

Ansatzpunkte der Zusammenarbeit und Projekterfahrung

4.2

Prozessmanagement

5

Exxent als Partner

Prozessmanagement und Organisation

Die maximale Querschnittsverbindung für das Management der gesamten Prozesskette stellen die Faktoren Prozesse und Organisation dar.

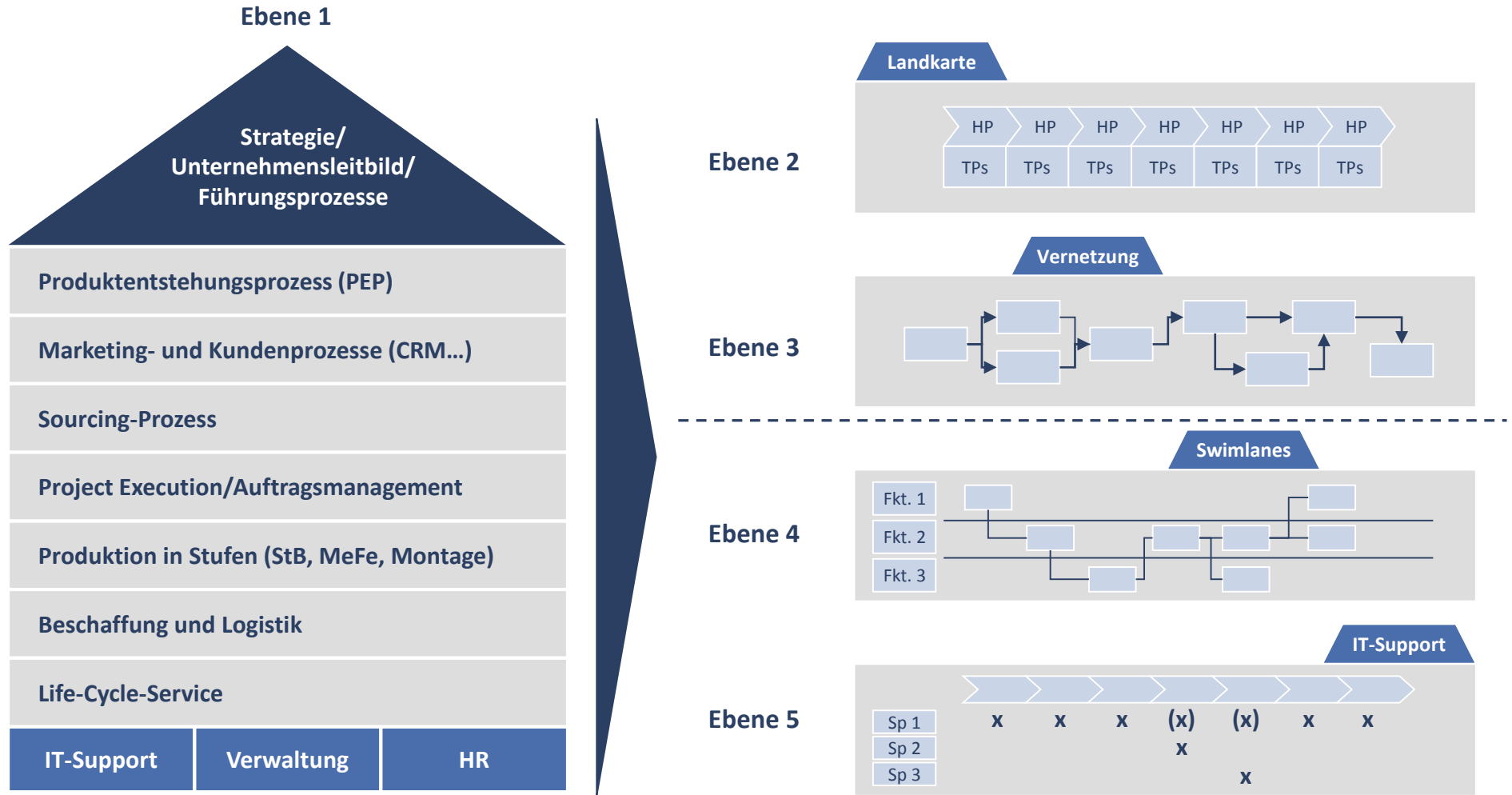
Prozessmanagement (Ablauf-Organisation) selbst umfasst alle Rollen, Methoden und Instrumente ein Unternehmen nach Prozessen zu führen.

Die Organisation (Aufbau-Organisation) stellt Funktionen, Strukturen und Skills bereit, um die Prozesse optimal zu unterstützen.

Unsere Erfahrungen und Kompetenzen beziehen sich hier auf:

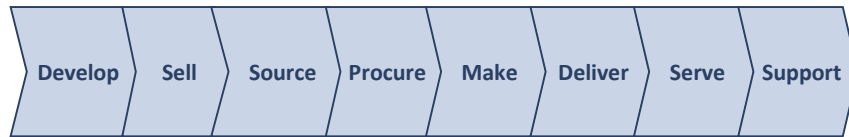
- Organisation des Prozessmanagements
- Prozessmanagement Tools
- Wertstrom- und Prozessketten
- Strukturorganisation
- Funktionsgestaltung
- Due-Diligence
- Post Merger Integration (PMI)

Definition Prozesslandkarte (PLK) und Abgrenzung in Ebenen, Prozesshaus



Das Prozessmodell ist das zentrale Navigationssystem zwischen Aufbau- und Ablauforganisation

Wertschöpfungskette und Organisation



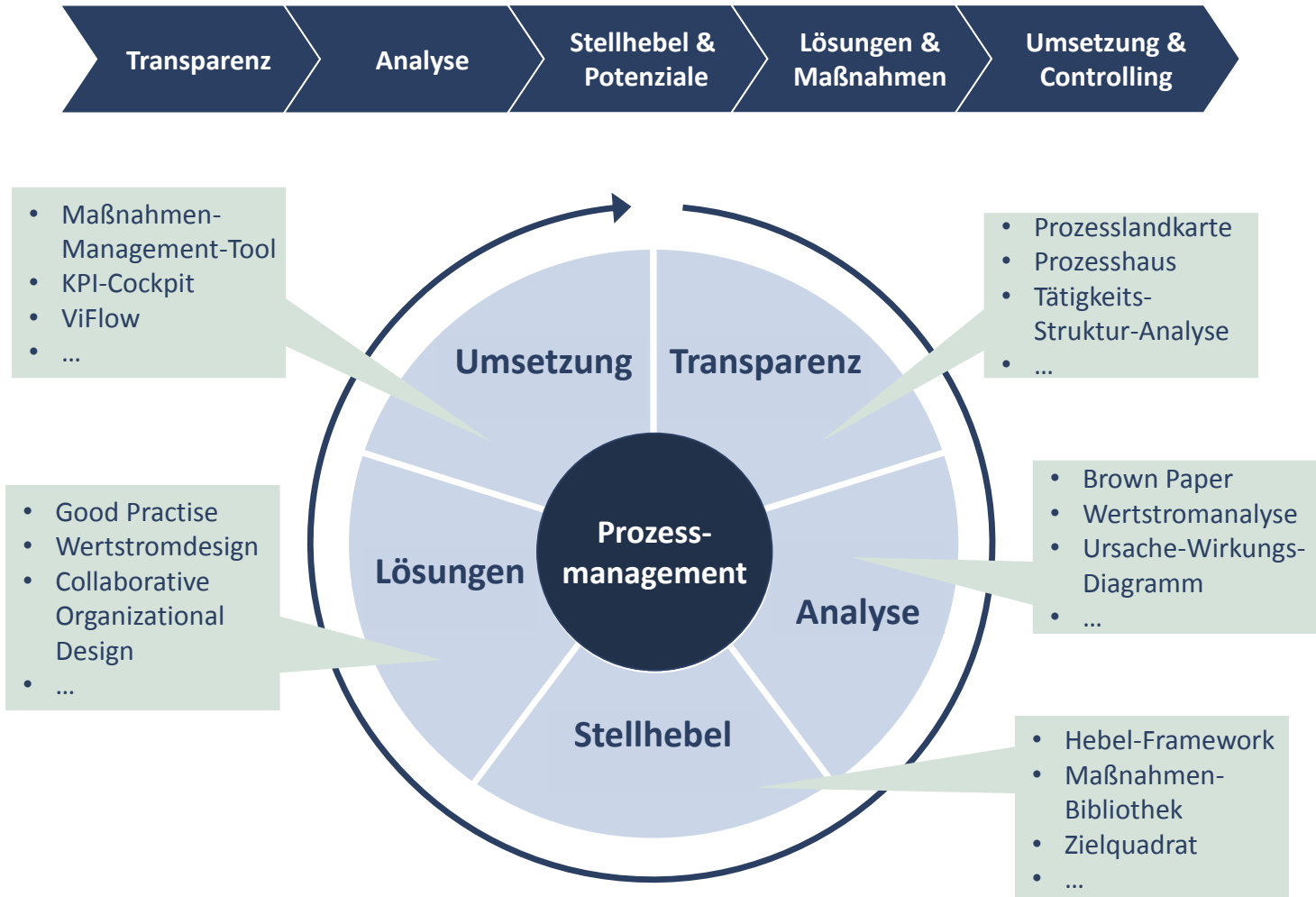
Ziele und Erfolgsfaktoren



Prozess-Haus/ House of Excellence

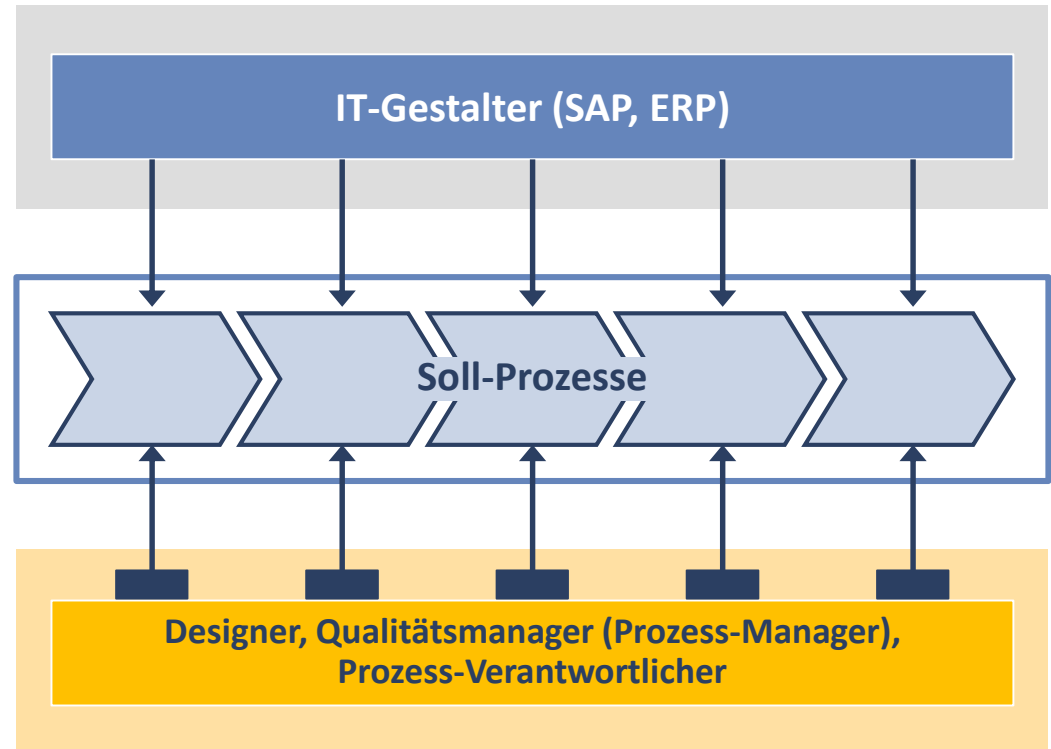
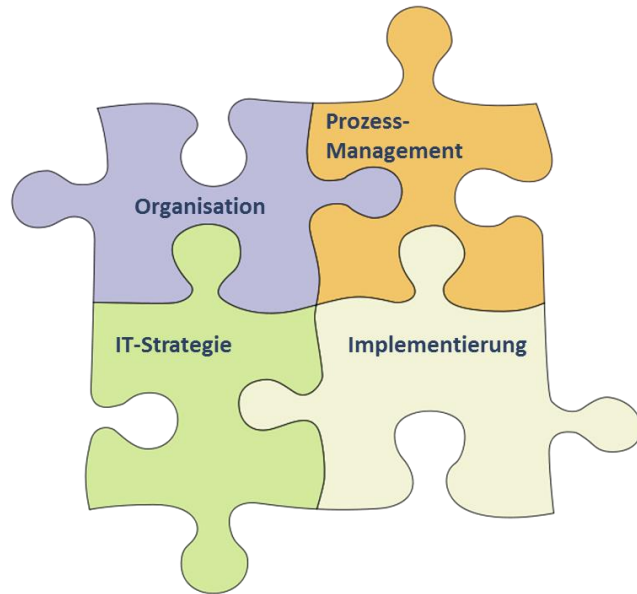


Exxent - Toolbox entlang der Prozessmanagement-Phasen



Wertstrom-Design (WSD) mit Einbindung IT/SAP

- Unterstützung der Prozesse durch die IT
- Abbildung der IT in den Prozessen
- Konvergenzworkshops



Wesentliche Komponenten des Prozessmanagements für eine erfolgreiche Einführung

Organisation BPM

- Aufbau-Organisation
 - Struktur, Rollen (Agents?)
 - Verankerung (primär/sekundär)
 - Verantwortlichkeiten und Kompetenzen
- Ablauf-Organisation
 - Zyklen/Termine
 - Steuerungsprozess
 - Ziele (Z-Quadrat)
 - Aufgaben
 - Messgrößen/Metriken
 - Reporting

Methoden & Tools

- Vorgehensweisen zur Sicherstellung des Ergebnisses
 - Prozesshaus + Ebenen-Modell
 - WSA
 - WSD/Collaborative Organizational Design (COD)
 - Change Management
 - 6σ-Ansätze
 - Prozess-Controlling
- Instrumente, die zum Einsatz kommen können (Auszug)
 - BPM-Konventionen/Handbuch
 - Brown-Paper-Modellierung
 - Prozess-Haus/Ebenen-Modell
 - Konvergenz WS
 - MPP (Multi-Projekt-Planung)
 - ViFlow-Dokumentation

Implementation Roadmap

- Vorgehenskonzept zur Einführung
- Berücksichtigung der spezifischen Ziele und Gegebenheiten
- Detaillierung des Vorgehenskonzeptes zum Implementierungsplan (Maßnahmenplan):
 - Aufgaben-Transferliste
 - Stellen-Transferliste
 - Einsatz Groupware (Share Point)
 - Schulungen
 - Etc.

► **Die Komponenten und die Vorgehensweise werden individuell auf die Anforderung zugeschnitten (o.ä.) und sind im Vorfeld abzustimmen und festzulegen**

Inhaltsverzeichnis

1

Entwicklungen und Trends im deutschen Buchmarkt

2

Positionierung der Buchhandlung im Spannungsfeld

3

Mögliche Handlungsfelder

4

Ansatzpunkte der Zusammenarbeit und Projekterfahrung

4.3

Logistik

5

Exxent als Partner

Vier Gründe sprechen für Exxent als kompetenter Partner für die Logistik

Kernkompetenz Logistik

- Umfangreiche Expertise in allen wesentlichen Logistikfunktionen
- Zahlreiche Logistikstrategie- und Umsetzungsprojekte für internationale Groß- und Mittelstandsunternehmen
- Tiefgehendes Best Practice Know-how aus vielen produzierenden Branchen (Analogien)
- Mehrere Studien zum Logistikmarkt (z.B. Studie „Logistikmarkt 2010“)
- Kenntnis und Zugang zu wichtigen Logistikdienstleistern aller Typenklassen (Mittelstand und Konzerne)

Branchen-Know-how

- Umfangreiche Branchenerfahrungen
 - Food and Beverage
 - Prozessindustrie
 - Papier- und Holzindustrie
 - Verpackungsindustrie
 - Pharma und Health Care
 - Textil und Mode
 - Automotive
 - Maschinen-/Anlagenbau
 - Elektrogeräte
 - Möbel/Bauindustrie
- Umfassende Kenntnis der relevanten Logistikdienstleister und deren Leistungsangebot

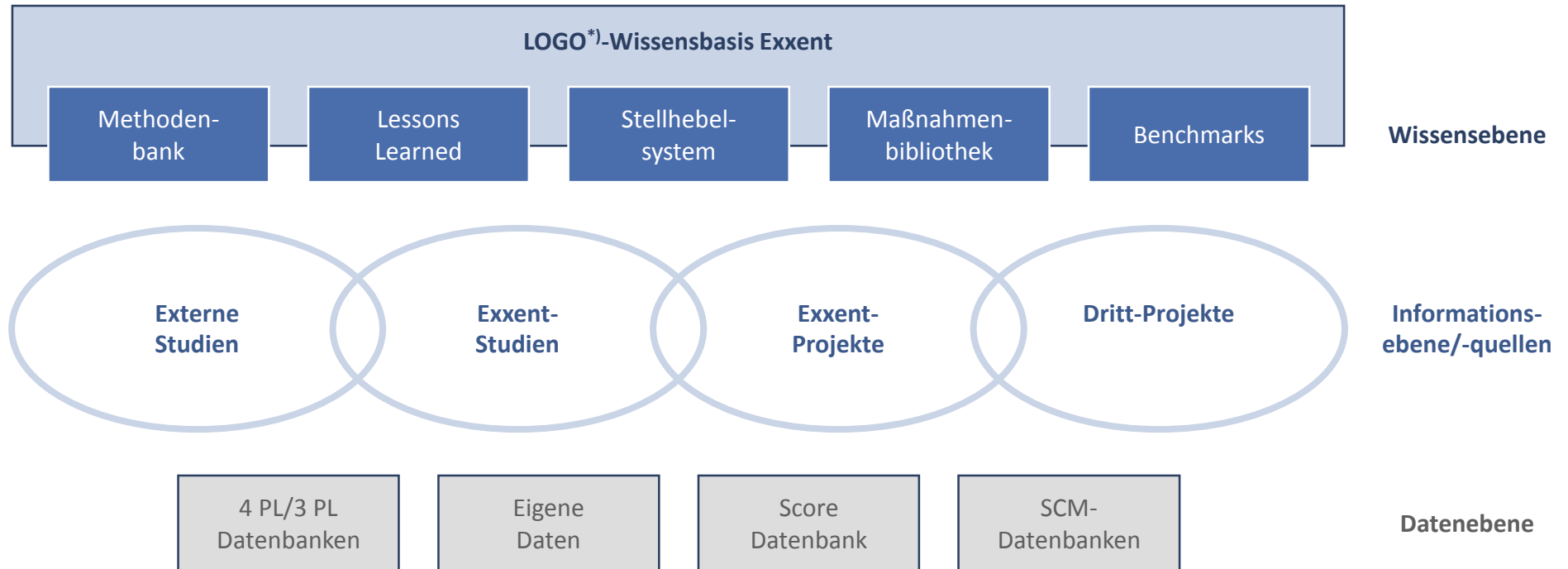
Logistisches Methodik-Know-how

- Umfangreiche Erfahrung in Europalogistik-Strategien (Multi-Site, Multi-Warehouse)
- Gesamtüberblick logistischer Dienstleister
- Komplettes Methoden-Wissen zur Potenzialanalyse und Stellhebelbewertung
- Zahlreiche erfolgreich umgesetzte Outsourcing- und Kontraktlogistikkonzepte
- Extensive Erfahrung in Dienstleister-Vertragsgestaltung
- Umfangreiche Praxis in der Gestaltung und Durchführung von Konzeptwettbewerben

Expertise Prozessmanagement

- Wertstromanalyse
- Wertstromdesign
- Prozessbewertung (Better, Faster, Cheaper)
- Prozessmapping (Prozesslandkarten mit Vernetzung)
- KVP/Basisverbesserungen
- Benchmarking (Best Practices)
- Umsetzungskompetenz
- Prozessdokumentation
- Prozess-Tools (ViFlow, ARIS)

Die Exxent Wissensbasis für Logistik und SCM unterstützt das Projekt

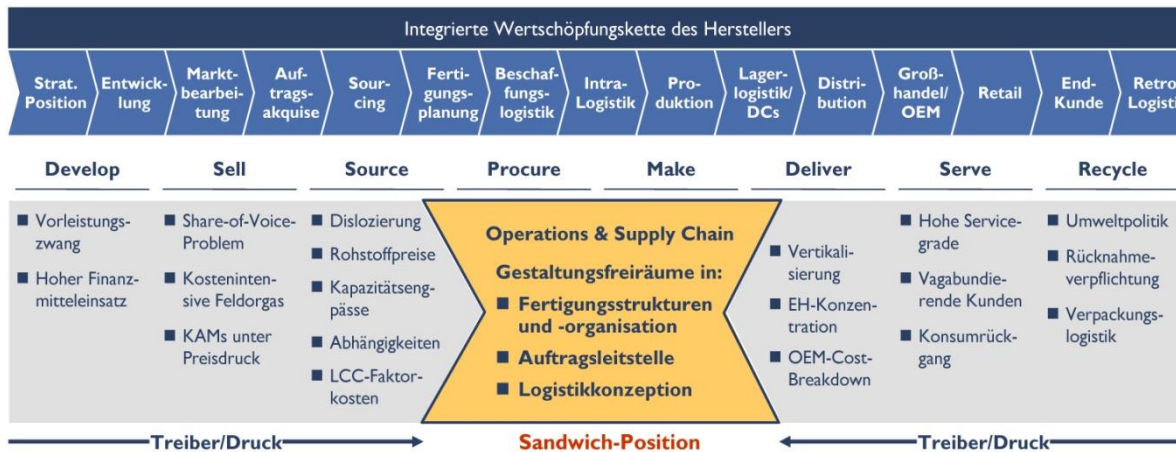


- **Wir verfügen über eine breite Know-how-Basis**
- **Wir nutzen eine Vielzahl von kompetenten und renommierten Informationsquellen**
- **Wir halten unsere Wissensbibliothek ständig auf dem neusten Stand**
- **Wir kennen Entwicklungen und Trends in Technik, Märkten und Prozessen**

*) LOGO = Logistik-Optimierung

Die ertragsgefährdende Sandwich-Position von Industrieunternehmen zwischen Kunden (Weiterverarbeitung und Handel) und Rohstoffmärkten macht die Logistik zum Erfolgsfaktor

Die Sandwich-Position in der integrierten Wertschöpfungskette



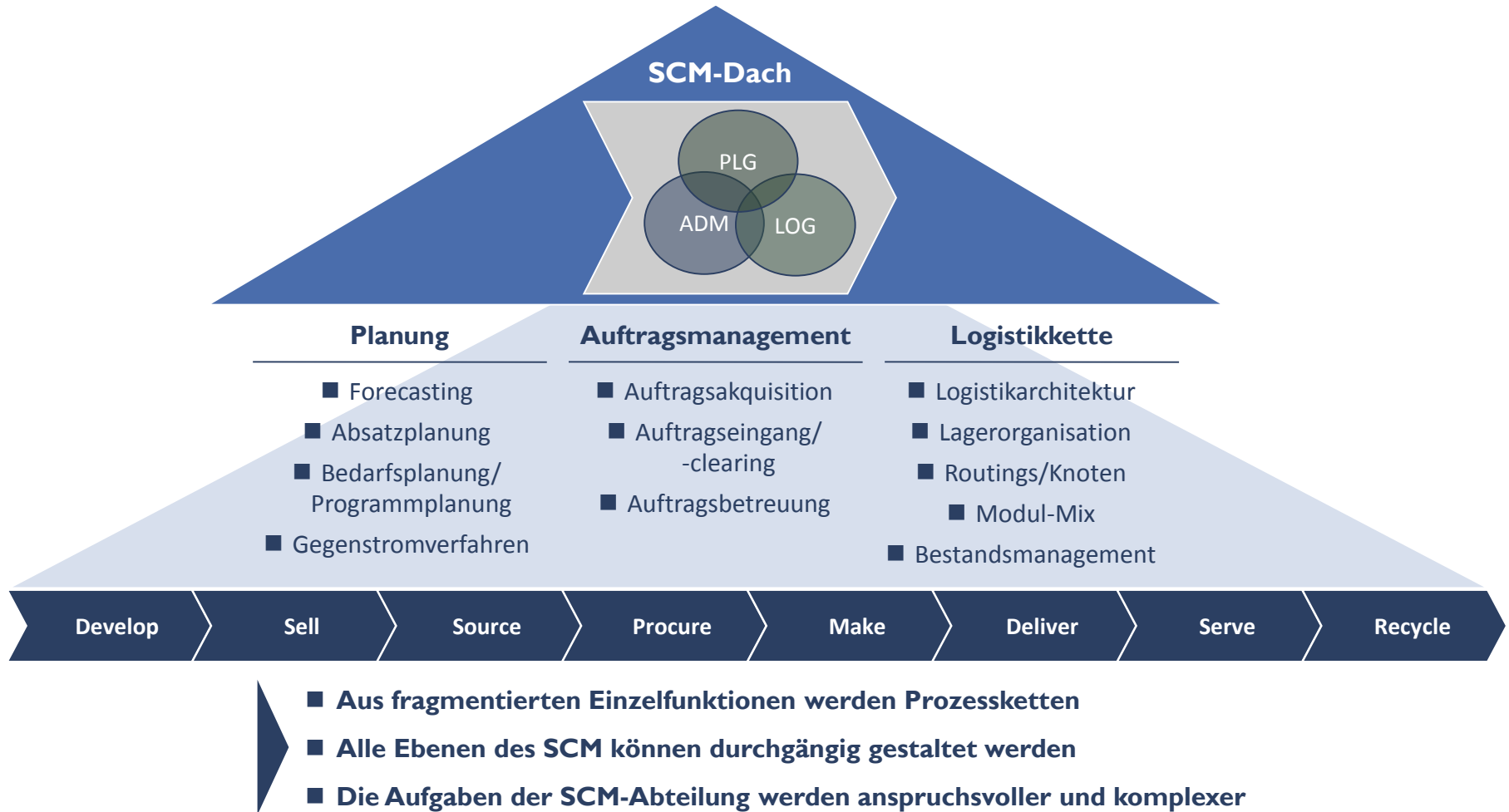
Die **Supply Chain** bietet, zusammen mit der **Logistikette** als Herzstück, breite und wirkungsvolle Potenzialfelder in dieser Zwangslage zwischen den Märkten.

In den Branchen wirken sich diese Treiber und Druck-Szenarien unterschiedlich aus, stark geprägt von den Verhaltens- und Reaktionsmustern der alten und vor allem neuen Player.

Folgende 3 Beispiele zeigen z.T. umbruchartige Entwicklungen:

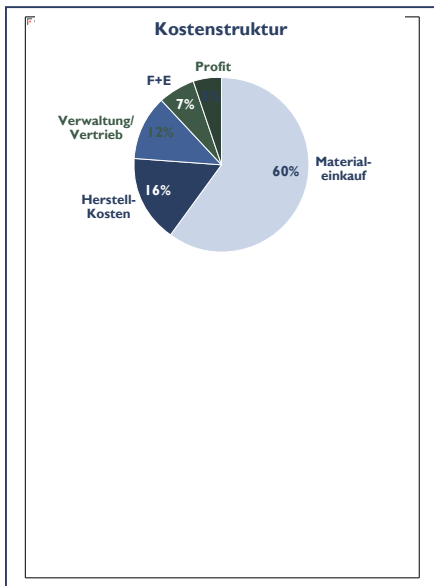
- Prozessindustrie:**
 Der Spagat zwischen Rohstoffpreisen und wachsenden Kundenanforderungen erhöht den Druck auf die logistische Prozesskette. Im Produktions-Kernprozess kann oft nicht weiter automatisiert werden.
- Holz- und Papierindustrie:**
 Der Logistikkostenanteil steigt aufgrund der Rohstoff- und Produktbeschaffenheit auf teilweise über 20% an.
- Textilindustrie:**
 Die Vertikalisierung treibt das logistische Modell zu Höchstleistungen, Hersteller müssen fast alle Flächen direkt managen, gleichzeitig Stoffe, Zutaten und Kollektionsartikel weltweit beschaffen.
- Kfz-Zulieferer:**
 OEMs reduzieren die Abrufmengen und üben starken Kostendruck aus, während Rohstoffpreise und hohe, globale Transportkosten die HK-Basis hochtreiben.

Durch die notwendige Orchestrierung von Planung, Auftragsmanagement und Logistikkette ergibt sich ein 3-Kreis-System, das die Aufgabenstellung von Logistik- und SCM-Funktionen bestimmt



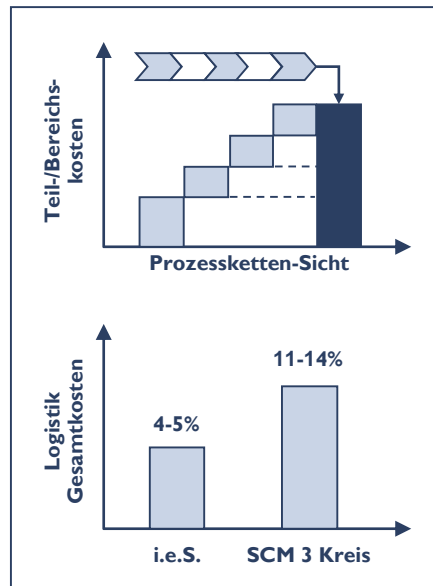
Die Logistik zu einem starken Rentabilitätshebel: zwischen 1 und 2 % Renditepunkte auf Basis von 12-22% Kostenpotenzialen nach den Erfahrungen der Branche

Kostenstruktur



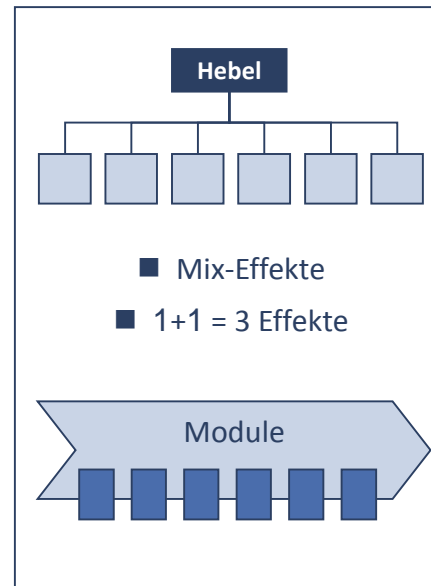
Kostendruck und Wettbewerb in den Prozesskosten/Stücklisten pro Produkt/SKU

Entkoppelung der logistischen Wertschöpfung



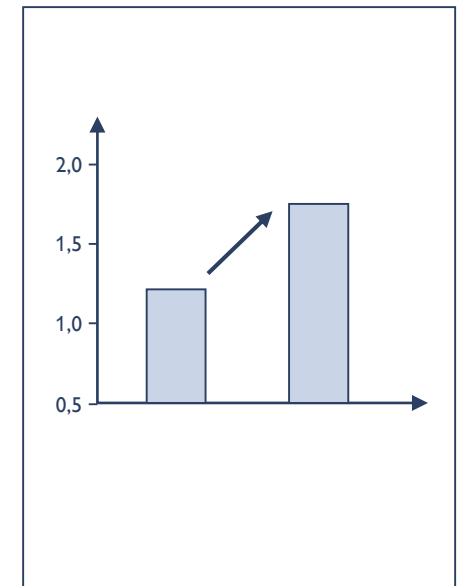
Hebelgröße/Manövrier-Masse größer

Hebelssystem durch Orchestrierung



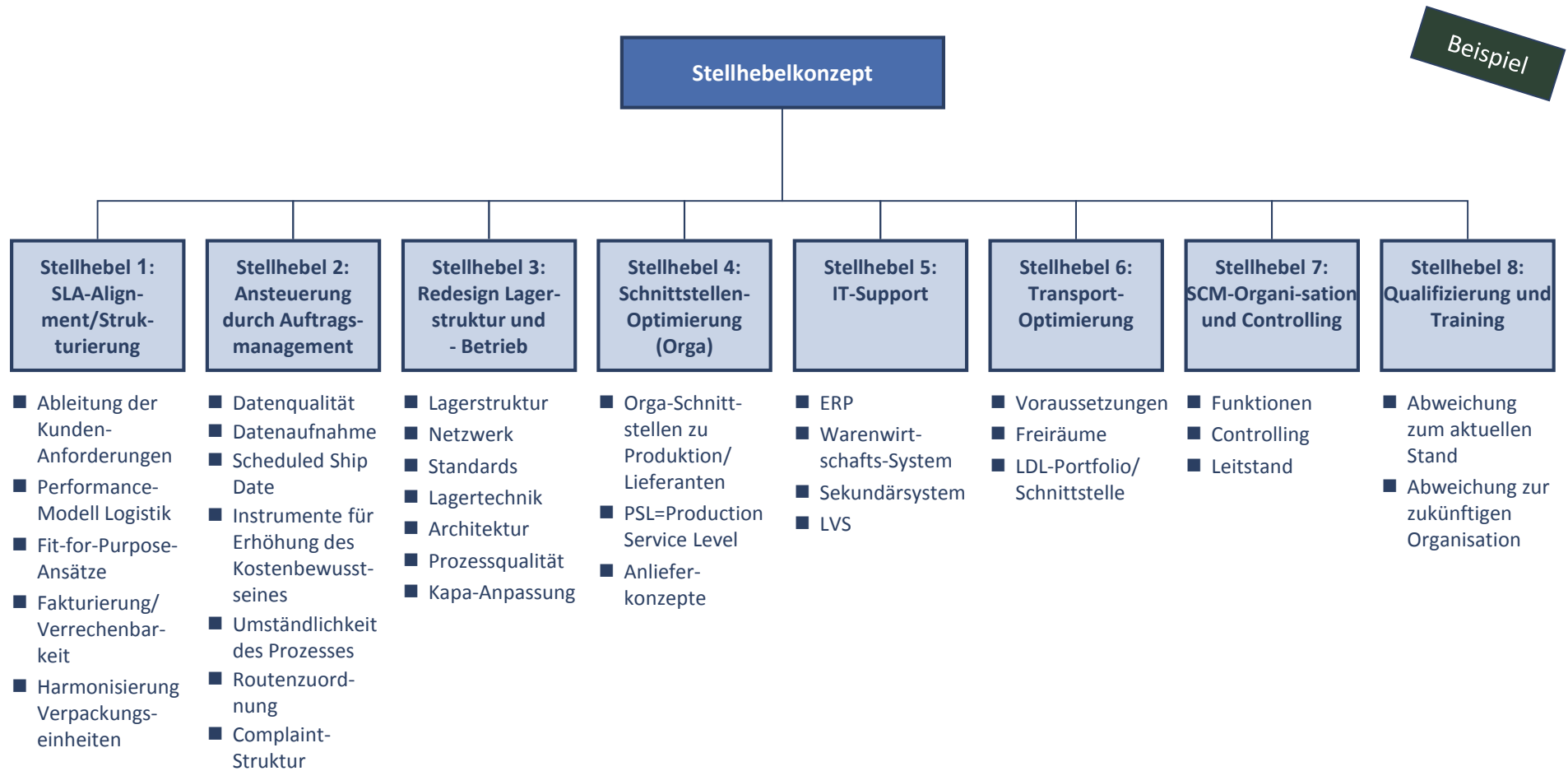
Hebelwirkung größer

Ertragssteigerung/Rentabilität

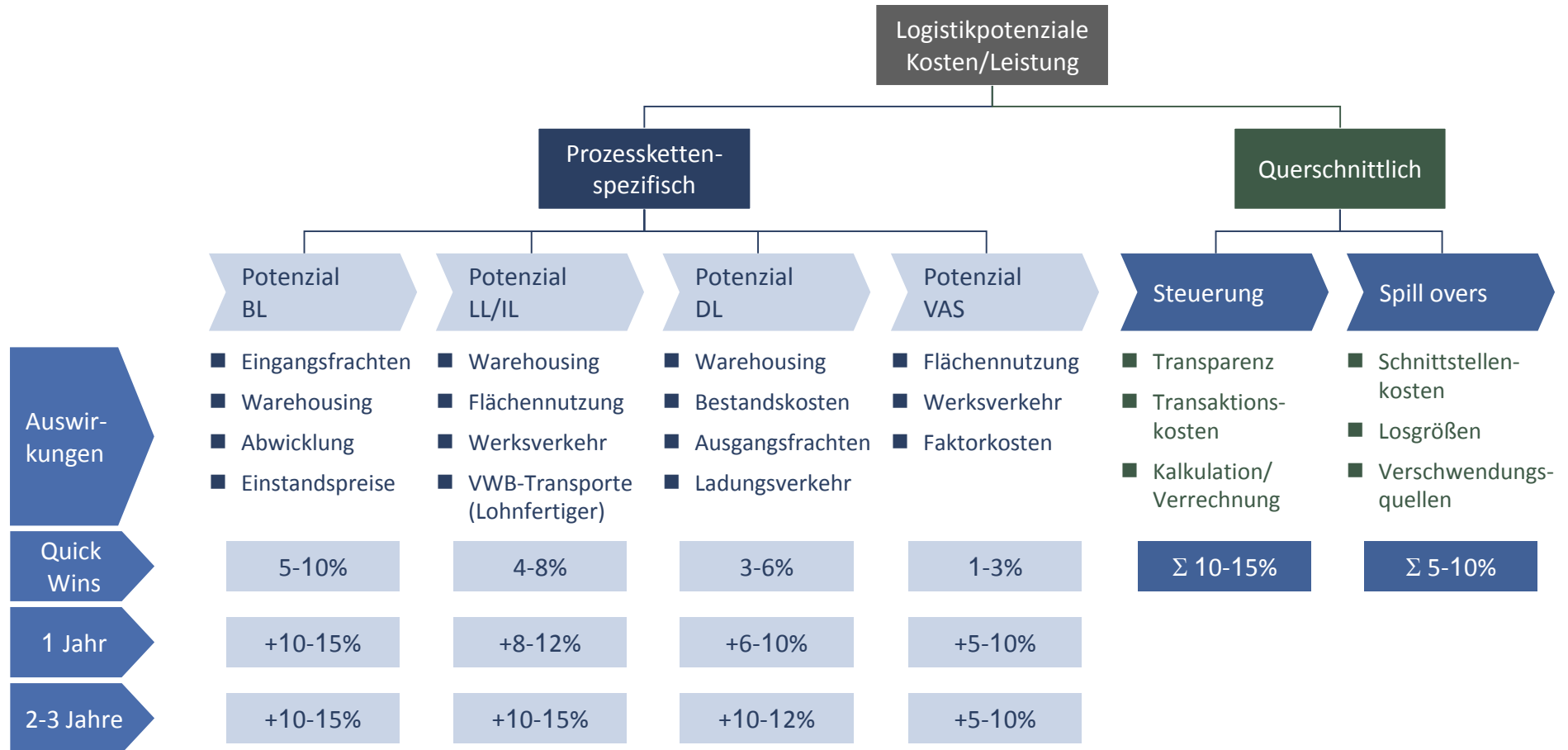


Logistik-Effizienz kann zu 1-2% zusätzliche Rentabilität führen

Stellhebelkonzept der Logistik insgesamt als Projektbeispiel



Potenziale und Zielkorridore: Die Projektpraxis zeigt Potenziale von durchschnittlich 18% - abhängig von Ausgangslage und Umsetzungsdynamik



BL = Beschaffungslogistik; LL = Lagerlogistik; IL = Intralogistik; DL = Distribution/Expediting; VAS = Value Added Services

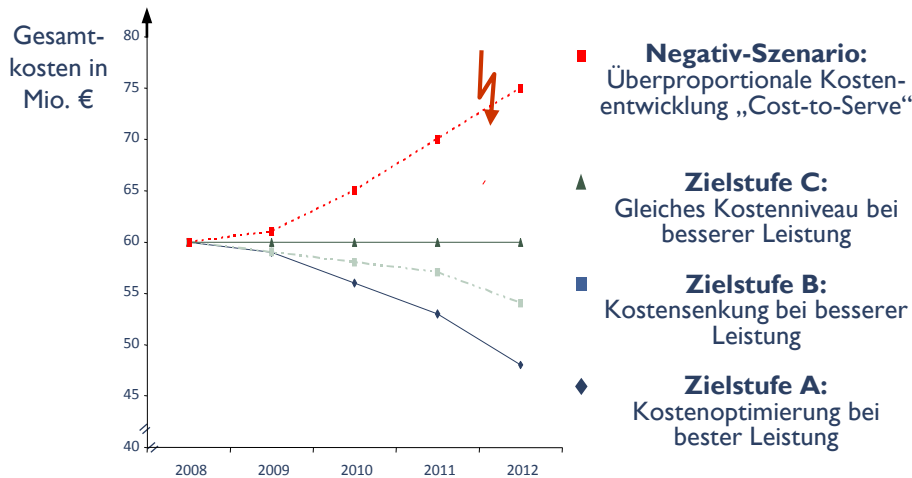
Quelle: Exxent Auswertung und Framework

Herausforderung: Der richtige Pfad optimiert die Kostenposition bei besserer Leistung

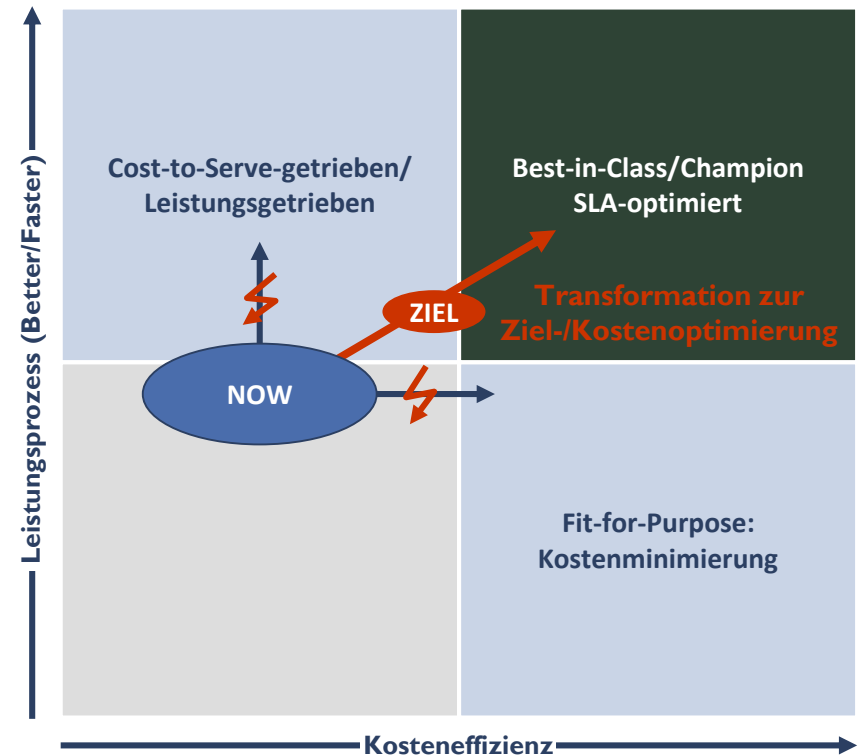
Erhöhte Anforderungen



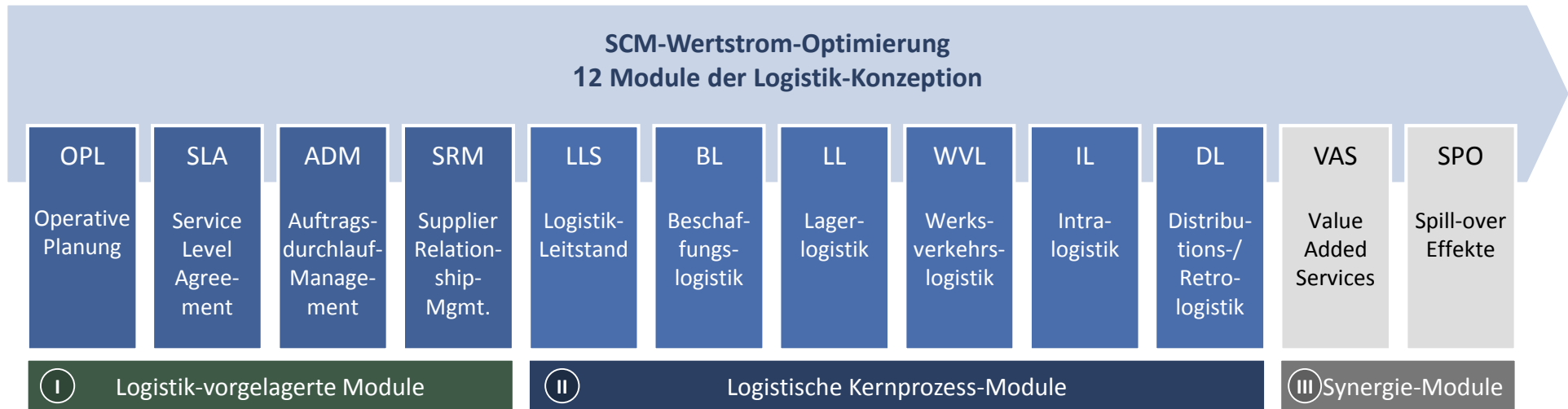
Steigende Kosten versus Zielkorridor



Lösung der Herausforderungen



Module in der Logistik-Optimierung



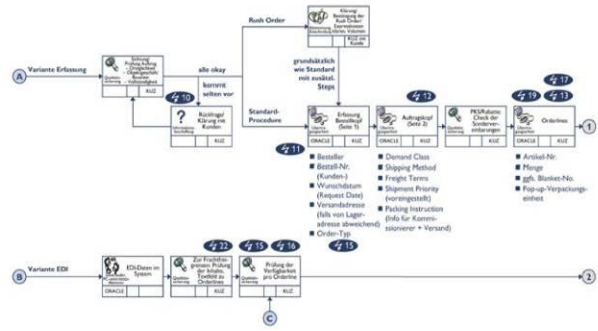
➔ **Unterschiedliche Ansatzpunkte, die je nach Aufgabenstellung und Projektsituation zu kombinieren sind**

Module I – Vorgelagerte Prozesse: Auftragsdurchlauf-Management

Customer Service-Prozess als Teil des Auftragsdurchlaufs im Vorher-Nachher-Vergleich:

Beispiel

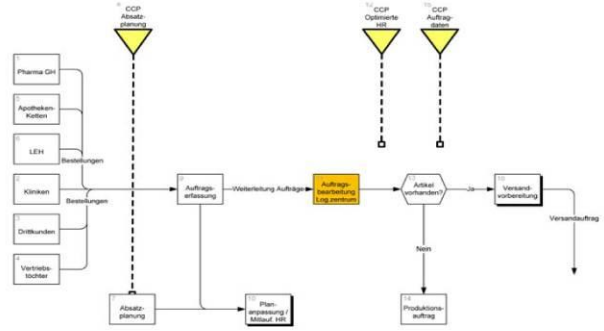
VORHER: Value Stream Analysis (VSA)



Typische Schwachstellen (Blitze)

- Mangelnde Bündelung
- Shipment Dates
- Keine Touren-Optimierung
- Bestandsinfo nicht aktuell
- Systemwechsel
- Rush Orders

NACHHER: Value Stream Design (VSD)

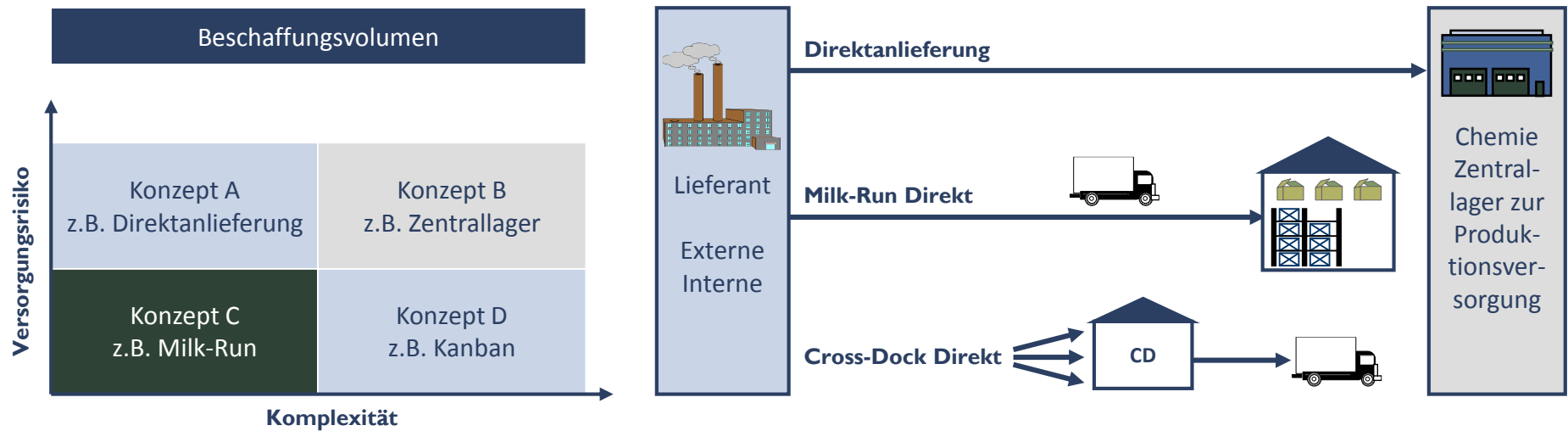


Stellhebel und Maßnahmen

- Auftrags- und Kundenteams
- Customer Development Teams
- Leitstandsinfo
- Kundenanbindung
- Quality Gates/LLPs
- IT-Support-Optimierung
- CCPs: Critical Control Points

- Kurze Auftragsdurchlaufzeiten mit minimaler Fehlerquote bei geringen Prozesskosten können nur durch hohe Standardisierung und eine enge Verzahnung mit dem Planungsprozess erreicht werden
- Ziel ist eine möglichst hohe Bündelungsrate der Aufträge
- Durch eine gezielte Analyse aller am Auftragsdurchlauf beteiligten Wertschöpfungsstufen und Prozesse (5-Stufen-Systematik) lassen sich erfahrungsgemäß große Potenziale realisieren und die Servicequalität verbessern

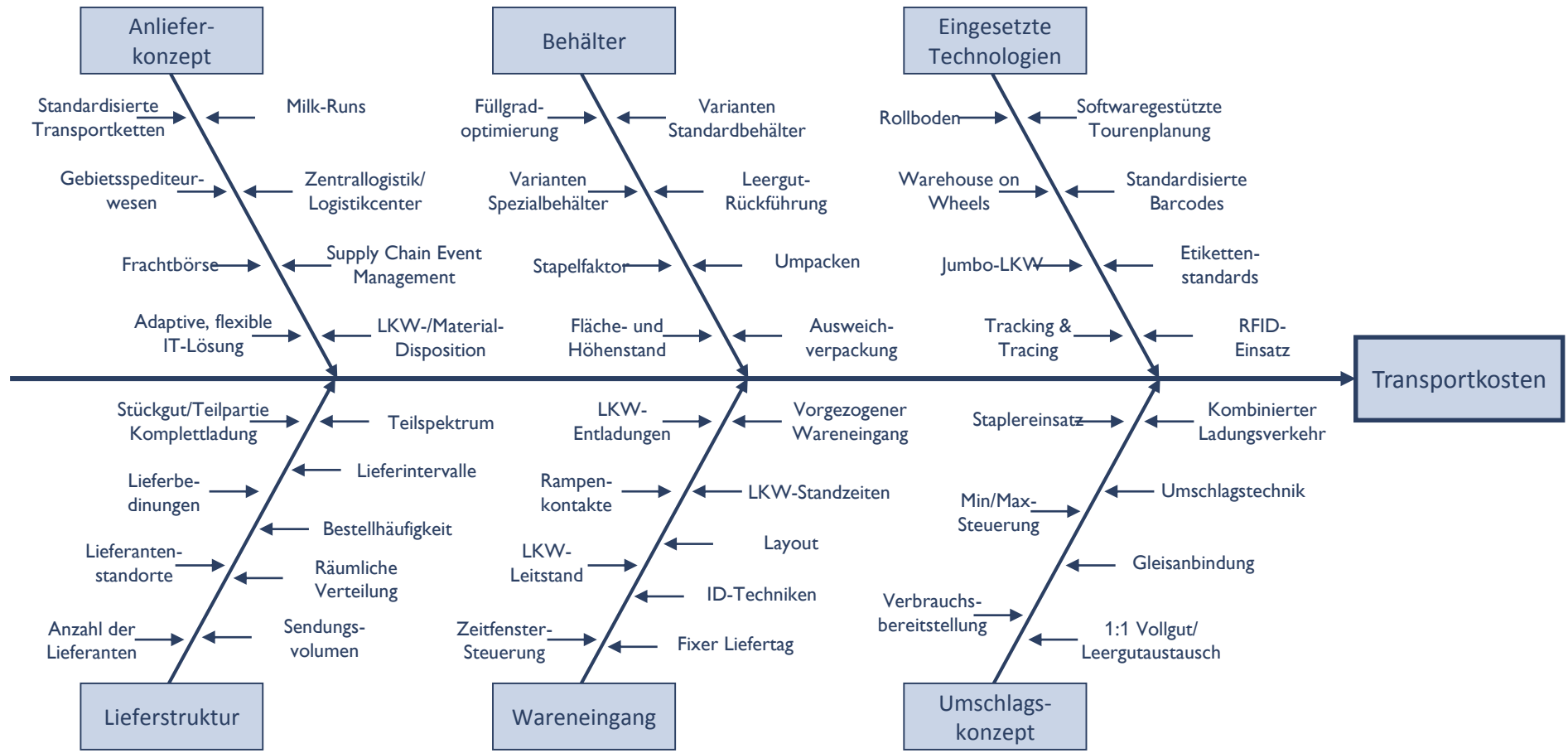
Module I – Vorgelagerte Prozesse: Supplier Relationship Management (SRM)



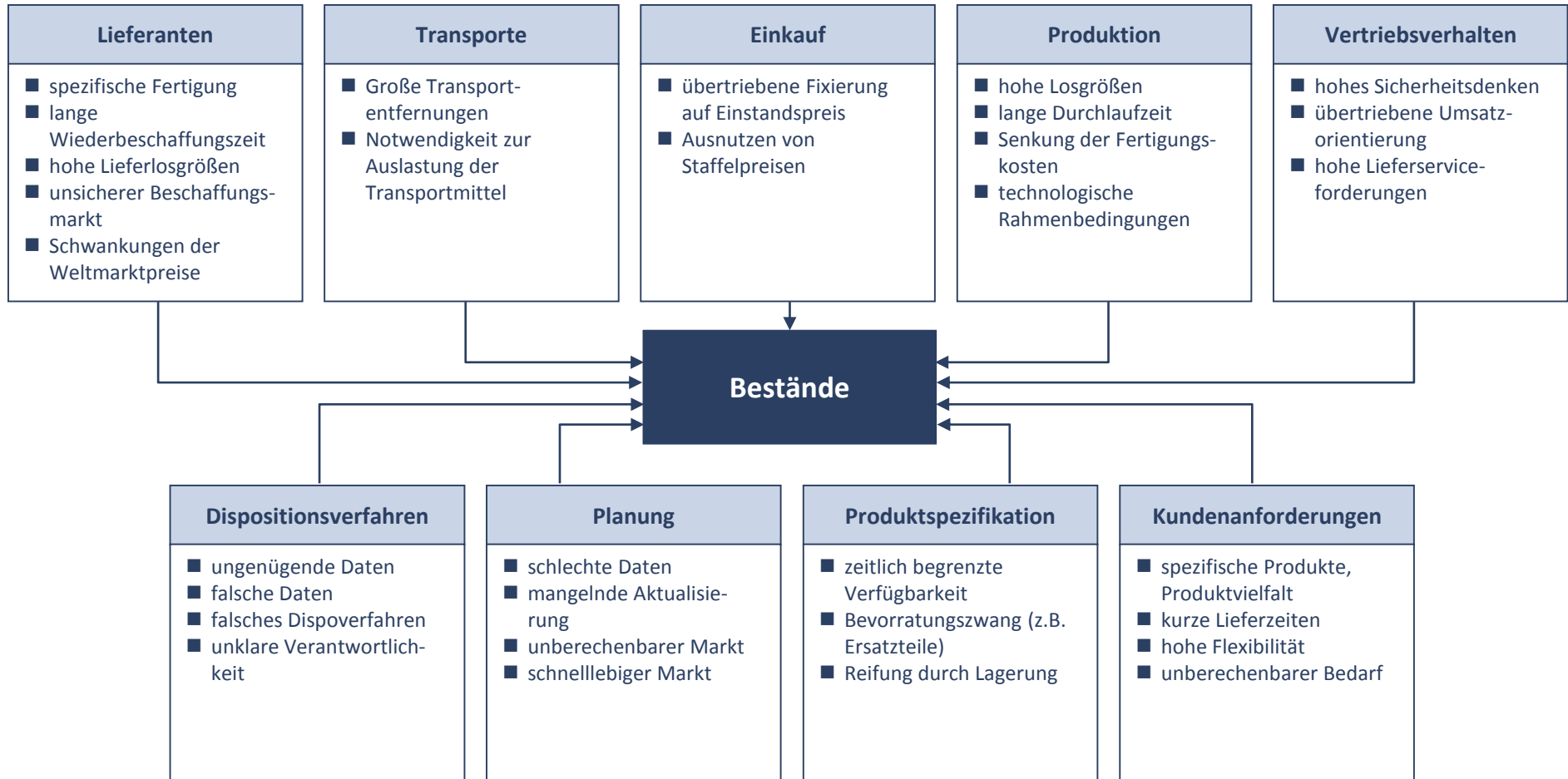
- **SRM umfasst die strategische Planung und zentrale Steuerung der Beziehungen zu den Lieferanten mit dem Ziel einer optimalen Anbindung aller Lieferanten an das Unternehmen**
- **Wichtigste Stellhebel sind dabei die unterschiedlichen Anliefererszenarien**
- **Die Anliefererszenarien werden je nach Wert bzw. Komplexität und Planungssicherheit des zu beschaffenden Materials/Stoffs festgelegt**

Module II – Logistische Kernprozesse: Distributionslogistik und Transport

Die Transportlogistik bietet ein breites Optimierungsfeld:

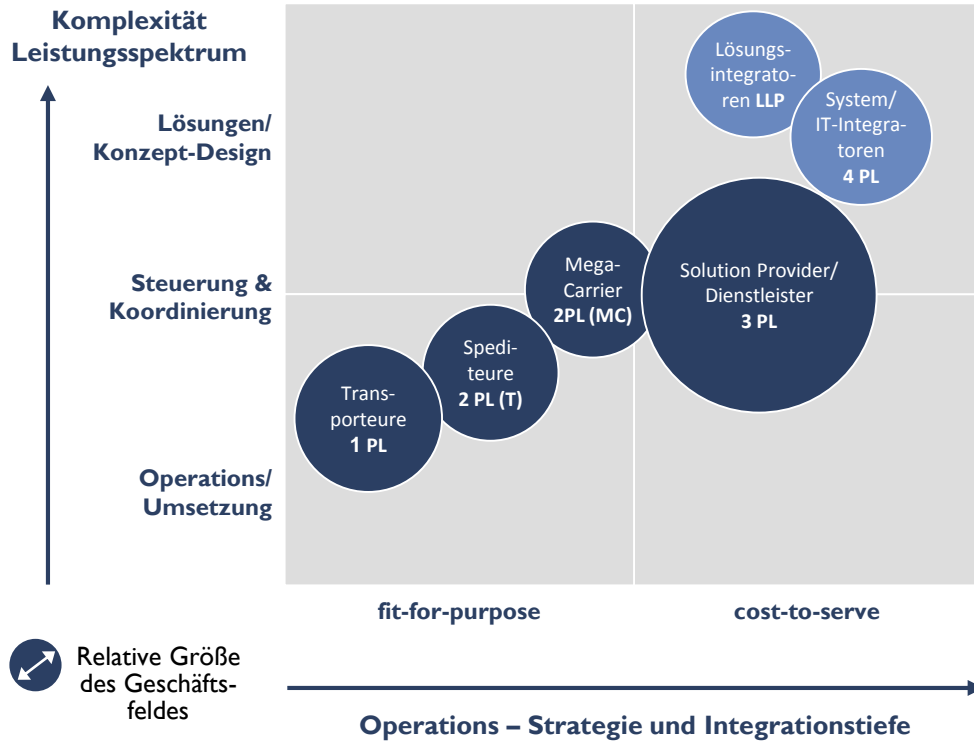


Um eine fundierte Grundlage für ein Logistik-synchronisiertes Bestandsmanagement zu haben, müssen die Ursachen und spezifischen Bestandstreiber ermittelt werden

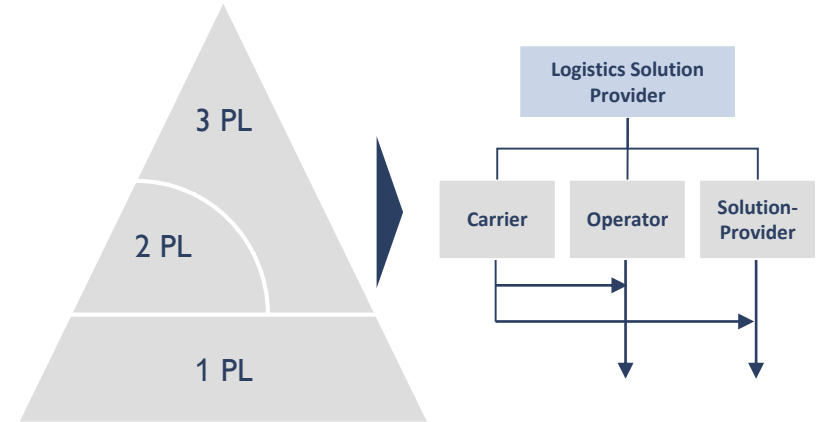


Der Einsatz von Logistikdienstleistern/Kontraktlogistik basiert auf den unterschiedlichen Anforderungen von Standorten (DCs/RDCs) bzw. Standortgruppen

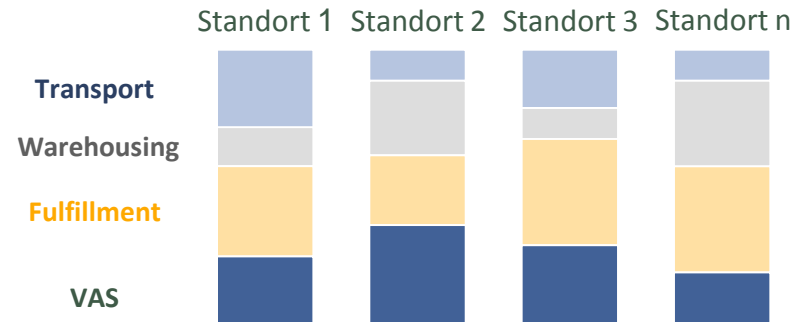
Leistungsspektrum und Integrationstiefe



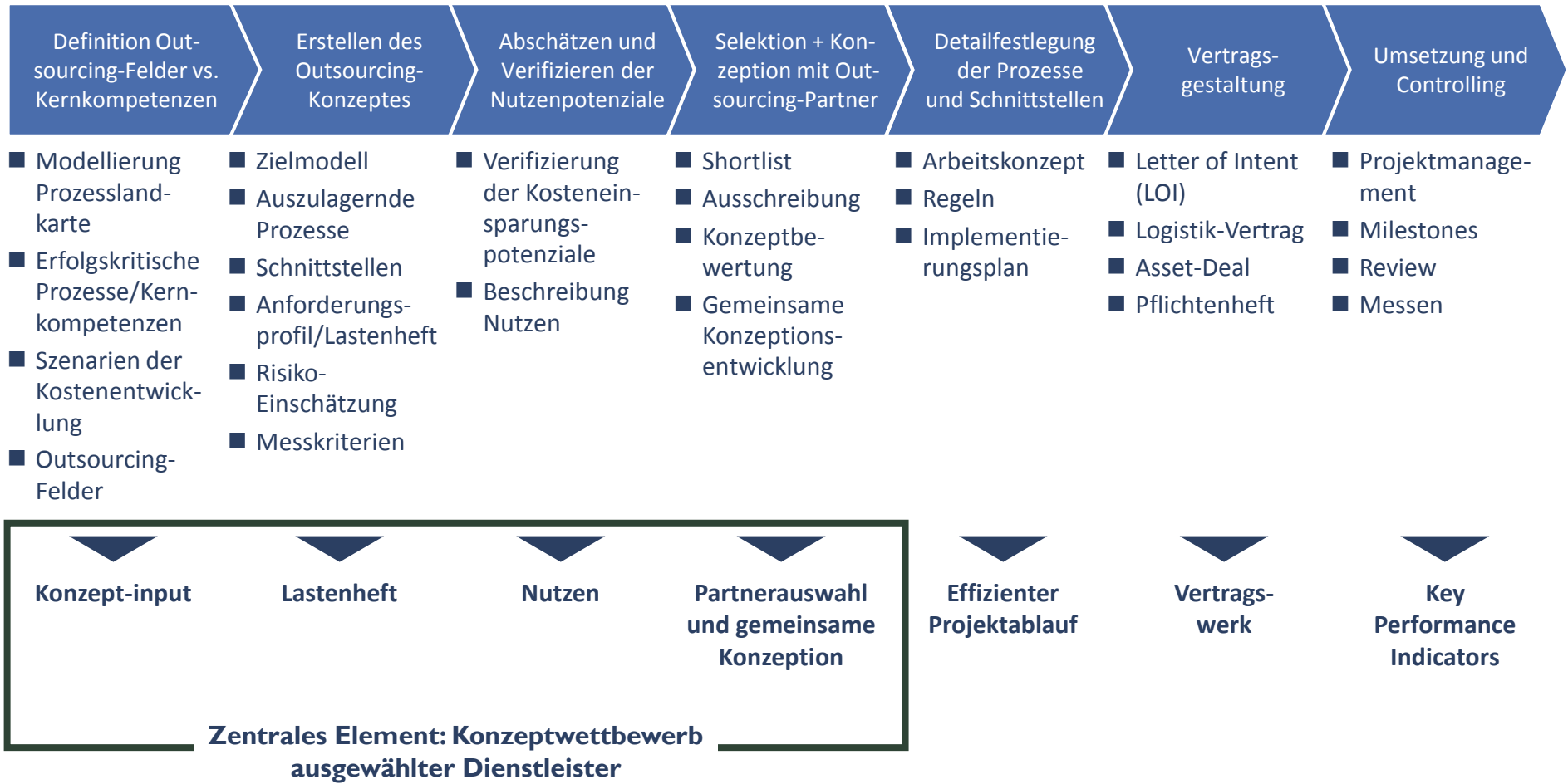
Mehrfachrolle des Lösungsanbieters



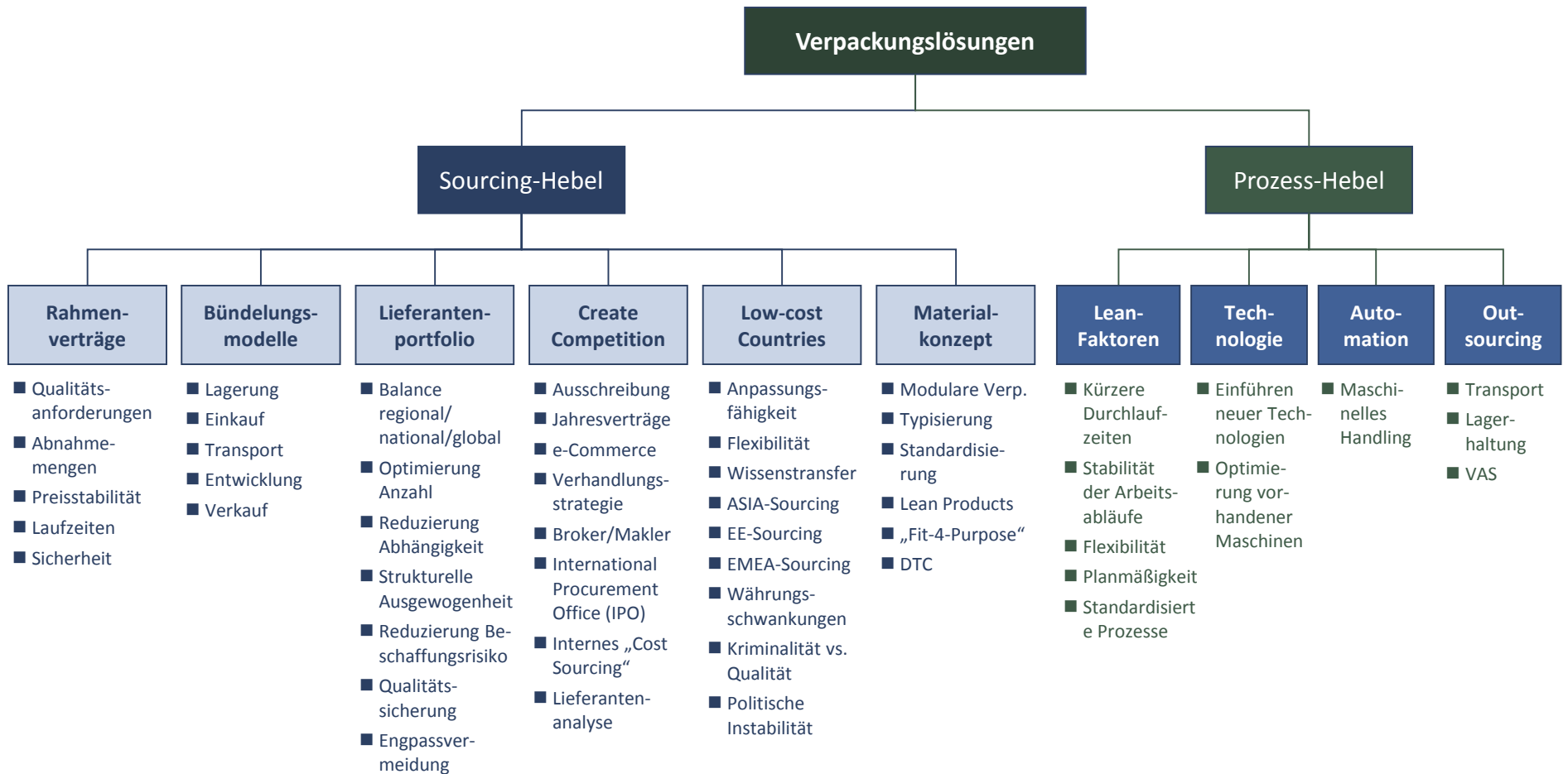
Leistungsspektrum des KLs/der DCs/RDCs



Die frühzeitige Einbindung von Dienstleistern ermöglicht die Nutzung weiterer externer Kompetenz in der Konzeptionsphase



Exxent-Framework Verpackung: Verpackungslösungen Mehrweg und Einweg



Inhaltsverzeichnis

1

Entwicklungen und Trends im deutschen Buchmarkt

2

Positionierung der Buchhandlung im Spannungsfeld

3

Mögliche Handlungsfelder

4

Ansatzpunkte der Zusammenarbeit und Projekterfahrung

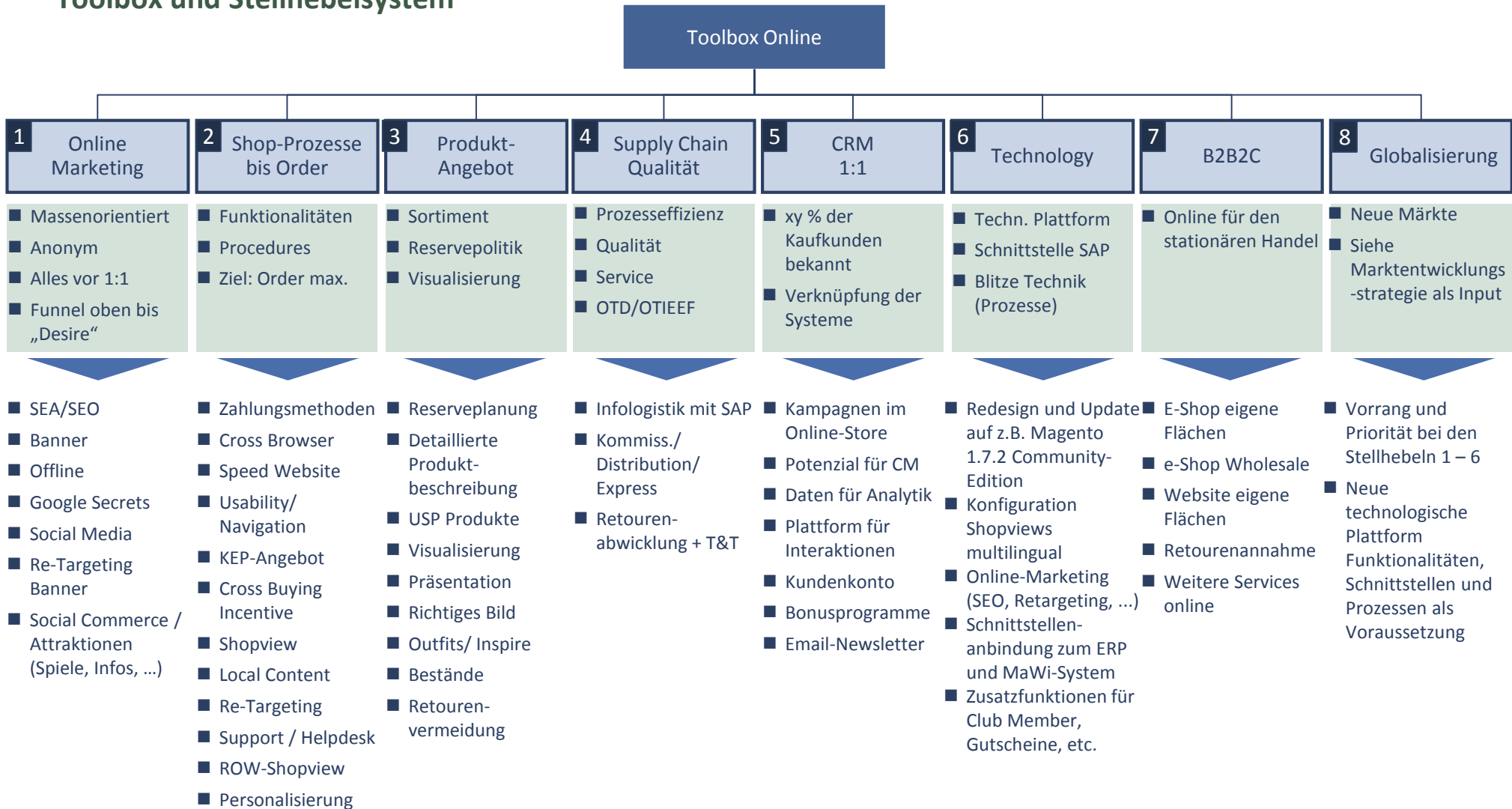
4.4

E-Commerce

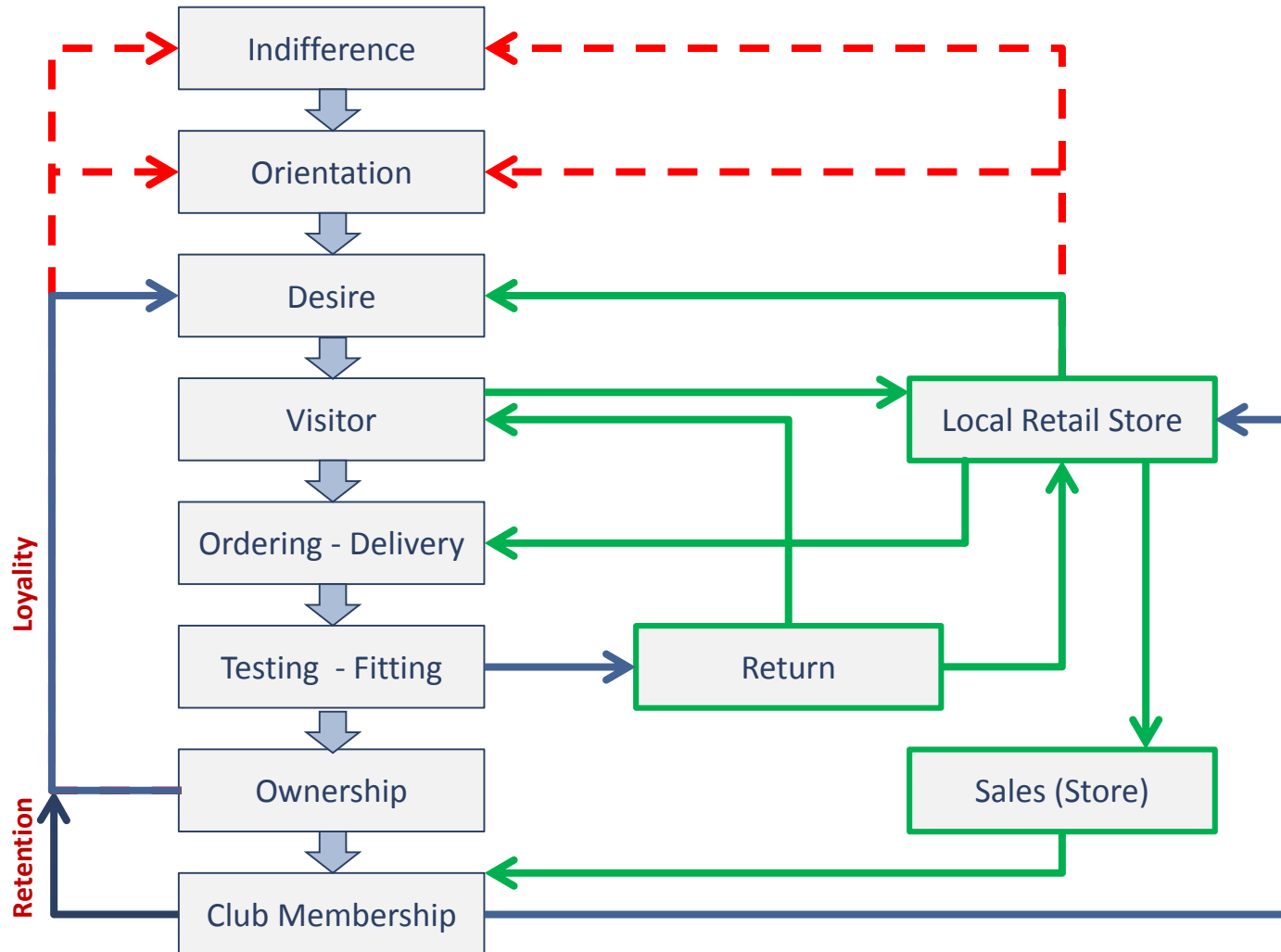
5

Exxent als Partner

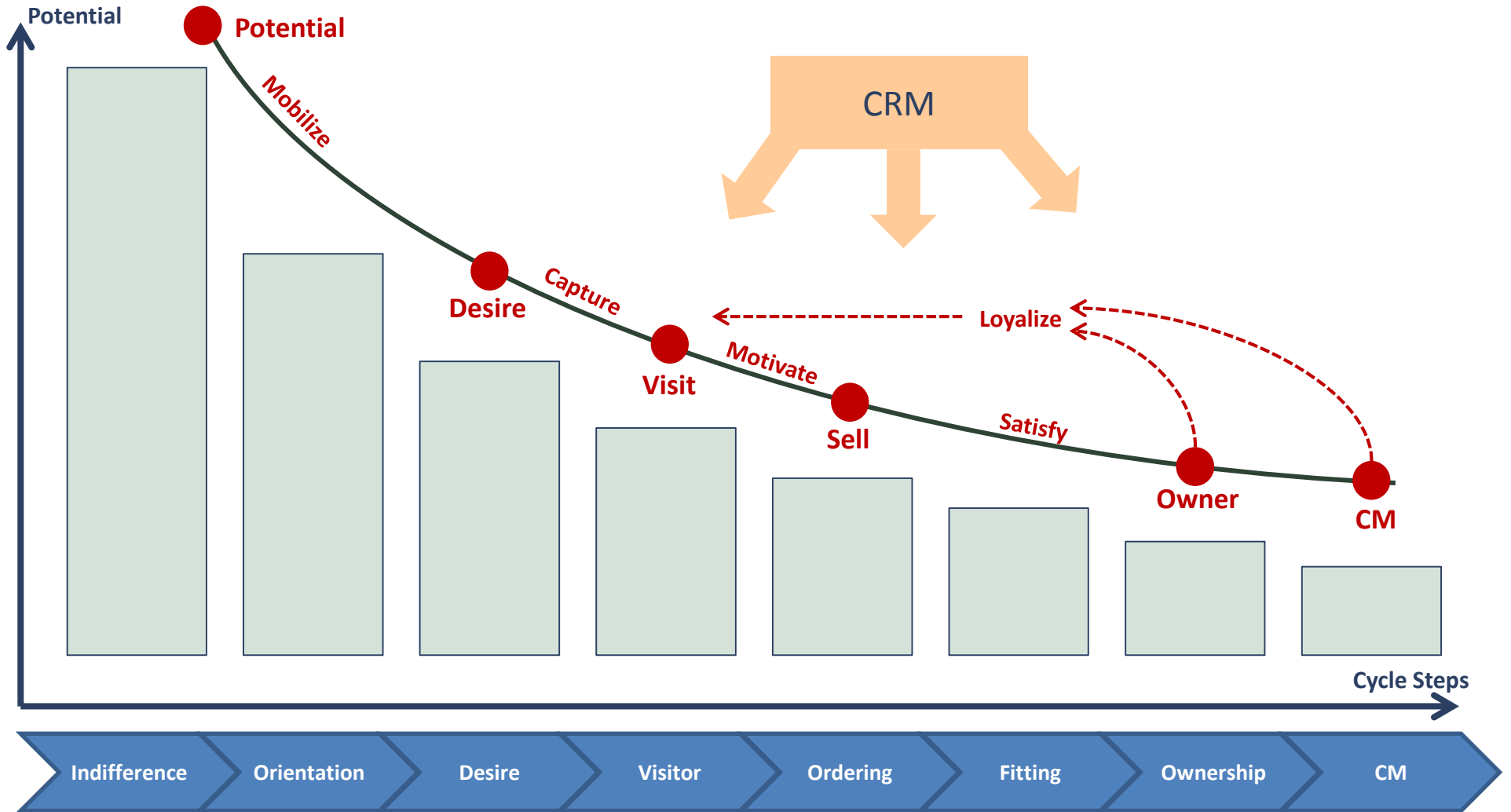
Toolbox und Stellhebelsystem



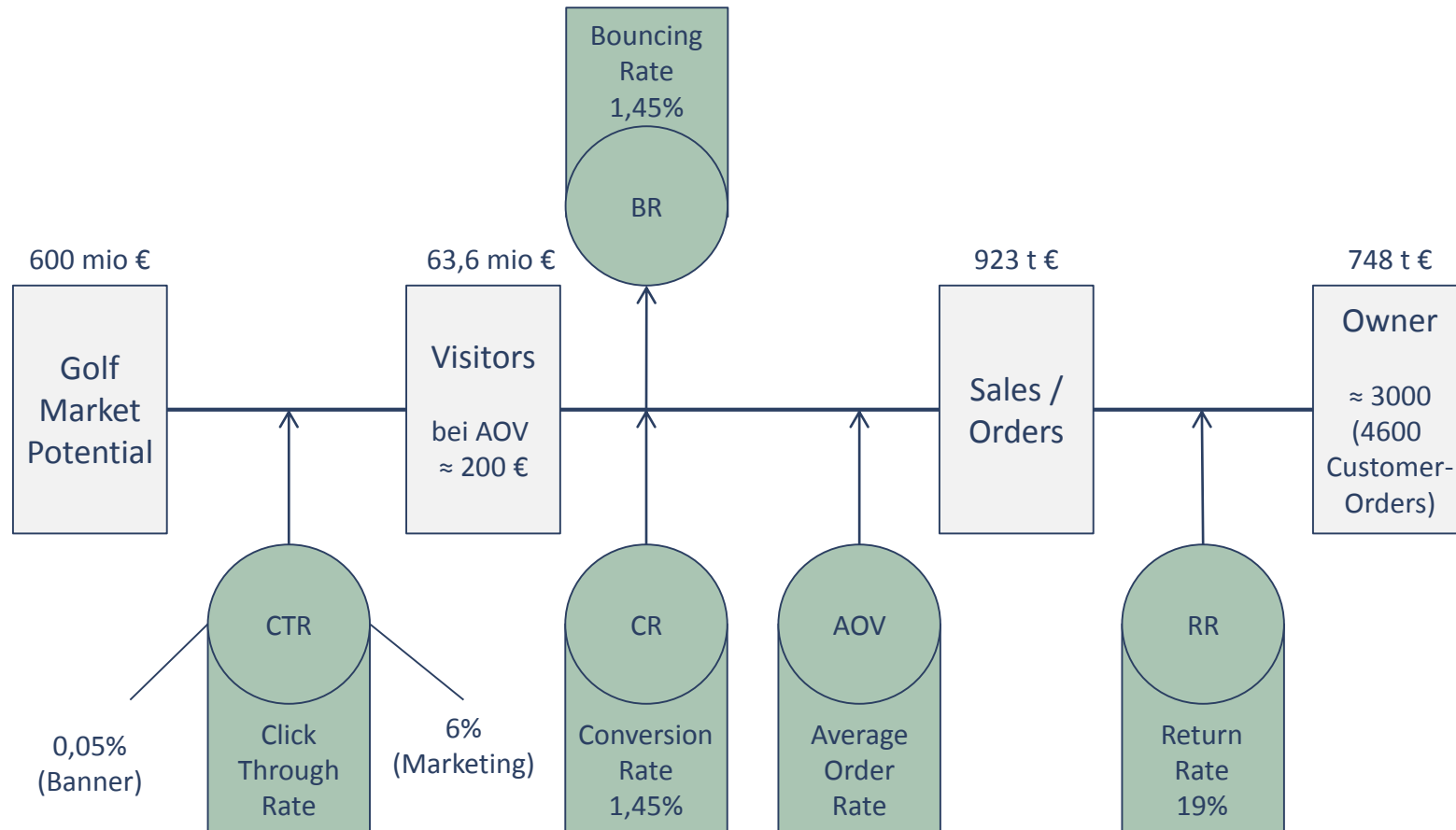
Online-Customer-Cycle als Framework für Maßnahmen und Kennzahlen



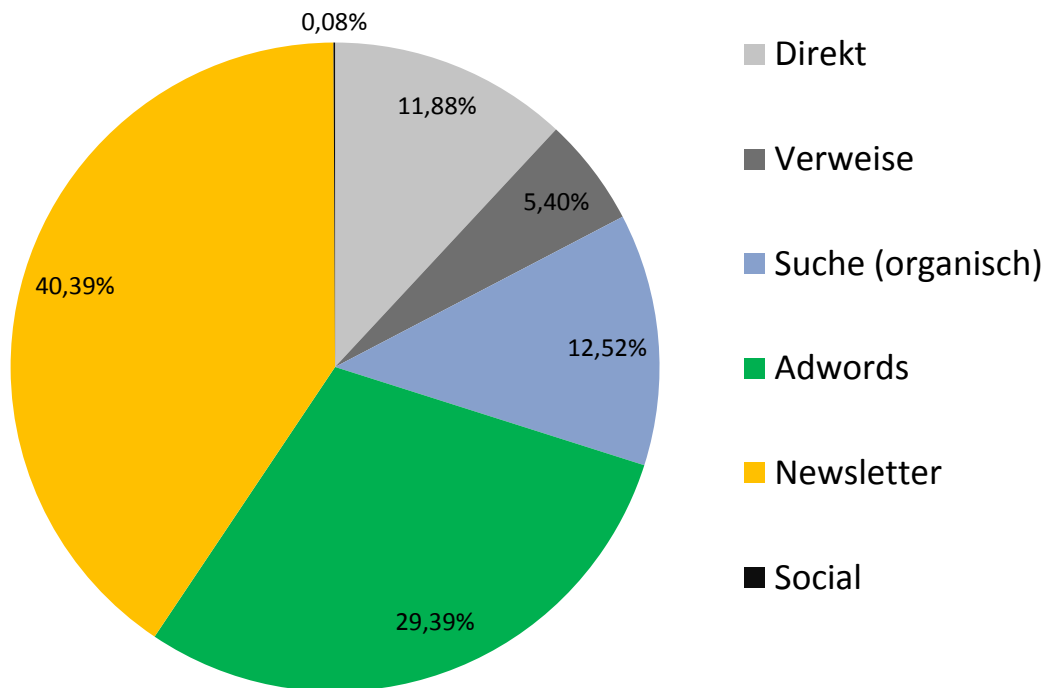
Impact Model zur Visualisierung der Potenzialverluste und Gegenmaßnahmen (eCRM)



Praxisbeispiel für Web-Analytics: Kennzahlen im eCRM-/Online-System



Praxisbeispiel für Web-Analytics: typische Traffic-Verteilung mit Quellen

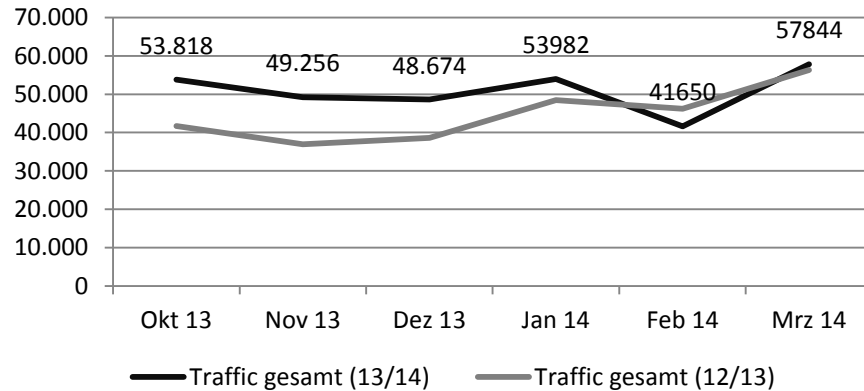


Erkenntnisse aus der Web-gestützten Analyse des Kaufverhaltens:

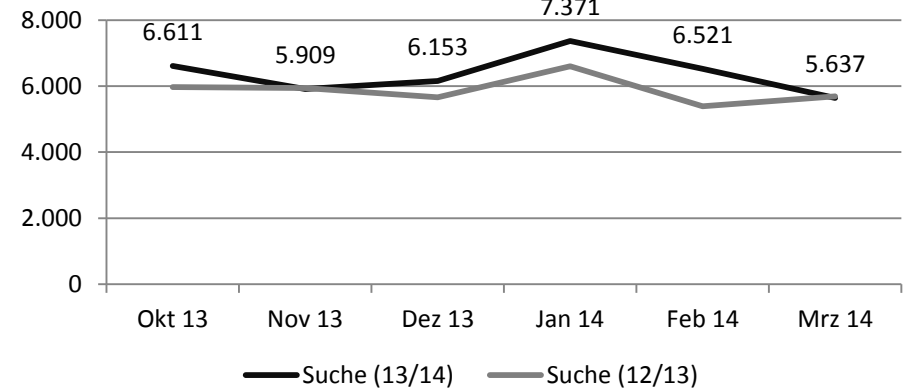
- Gekaufter und geführter Traffic hat den größten Anteil
- Wichtigstes Instrument für den Traffic ist der eigene Newsletter für Kunden und Interessenten
- Google AdWords funktioniert am besten, wenn die Konten selbst und gezielt eingesetzt werden – ohne geht es nicht
- Aus dem Newsletter kommen oft die besten Click-Raten mit mehr als 5 %
- Bei einer CVR von 2 % ergibt sich aus 1000 e-Newslettern mindestens ein Online-Kauf

Praxisbeispiel für Web-Analytics: Auswertung der Traffic-Quellen im Überblick

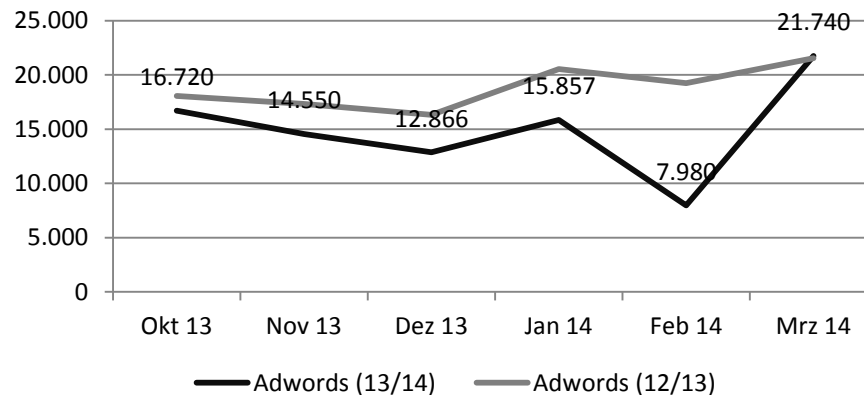
Traffic gesamt



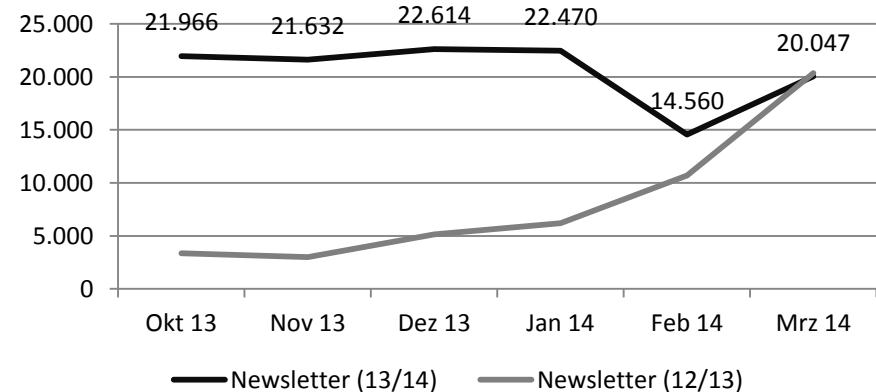
Suchmaschinentrffic (organisch)



Suchmaschinentrffic (Adwords)



Traffic über Newsletter



Hellgrau = Vergleichszeitraum im Vorjahr

Exkurs: Update Magento neue Version V 1.7.2

Modularer Aufbau von Magento:

- Die Shop-Software Magento zeichnet sich durch eine extrem modulare Systemarchitektur aus. Damit ist das gesamte Shopsystem sehr flexibel und kann für alle Anforderungen angepasst bzw. erweitert werden.
- Bedingung ist allerdings eine korrekte Implementierung von Layouts (bei Magento Themes genannt) und funktionellen Erweiterungen (Module oder Extensions genannt)
- Für die Erweiterung von Funktionen bzw. die Anpassung von Layouts gibt es vom Vorgehen her verschiedene Variante:
 - Nutzung kostenfrei verfügbarer Themes und Module. Diese können den eigenen Anforderungen angepasst werden (Nachteil hier ganz klar die oft schlechte Qualität der Programmierung und fehlende Ansprechpartner bei Problemen).
 - Nutzung von Themes und Modulen kommerzieller Anbieter. Diese decken vor allem Sonderanforderungen ab. Diese Erweiterungen müssen meist trotzdem noch den eigenen Anforderungen angepasst werden (Qualität der Programmierung besser, oft sogar Support durch den Anbieter). Beispiel ist z.B. eine Middleware für die Anbindung von SAP an Magento.
 - Themes und Module werden komplett selbst oder über Dienstleister erstellt.

Exkurs Update Magento V 1.7.2

Modularer Aufbau von Magento:

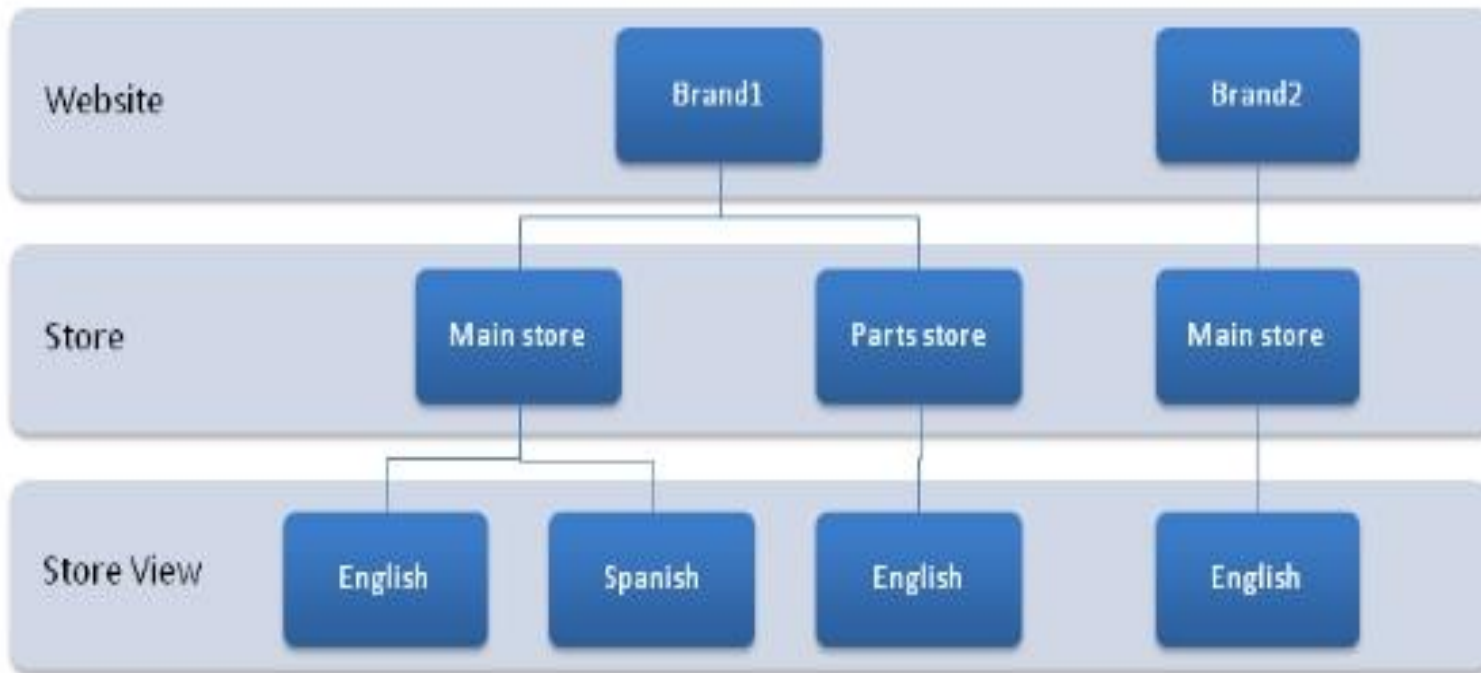


Figure 1. Hierarchy of websites, stores and store views in Magento.

Inhaltsverzeichnis

1

Entwicklungen und Trends im deutschen Buchmarkt

2

Positionierung der Buchhandlung im Spannungsfeld

3

Mögliche Handlungsfelder

4

Ansatzpunkte der Zusammenarbeit und Projekterfahrung

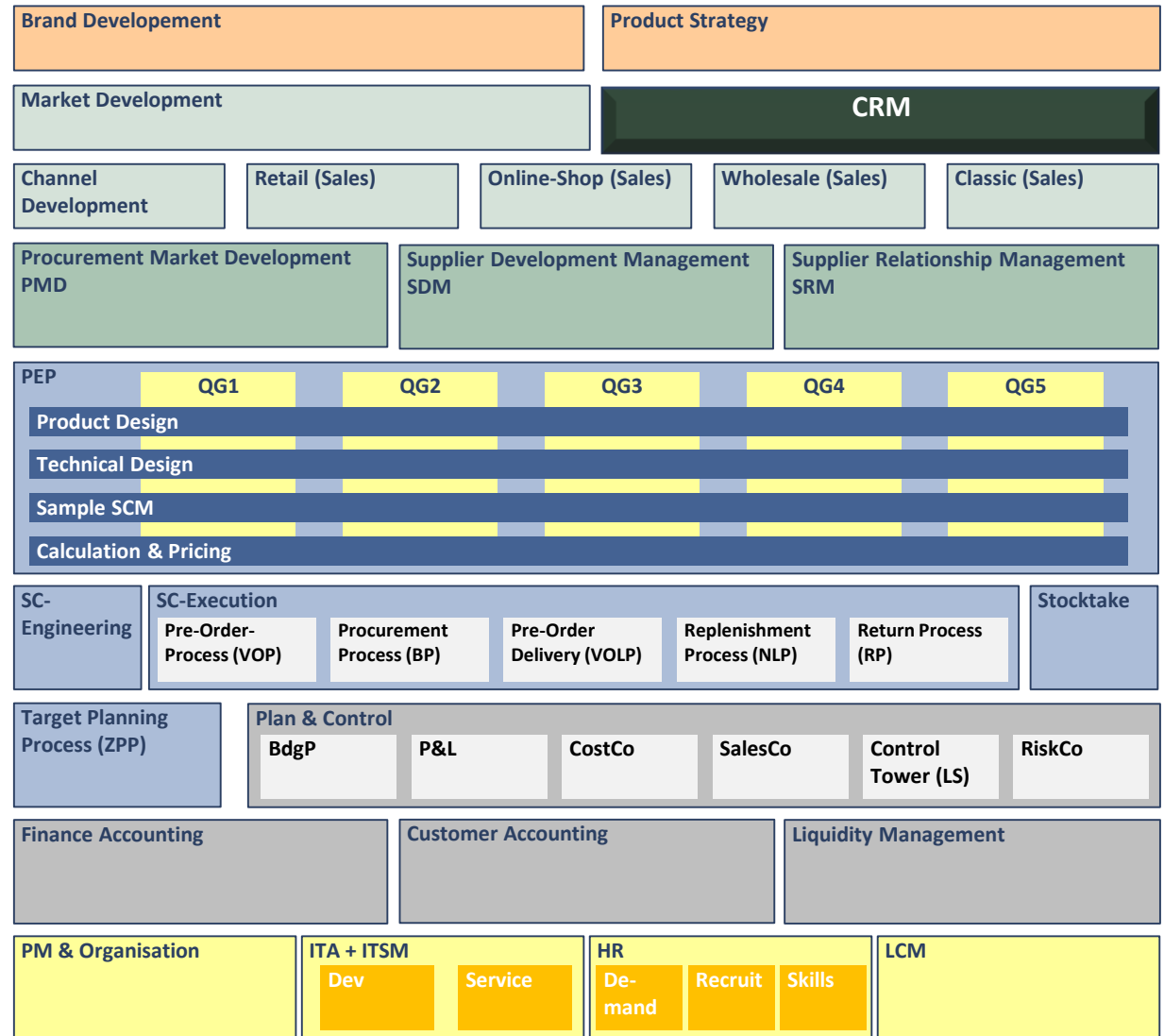
4.5

CRM

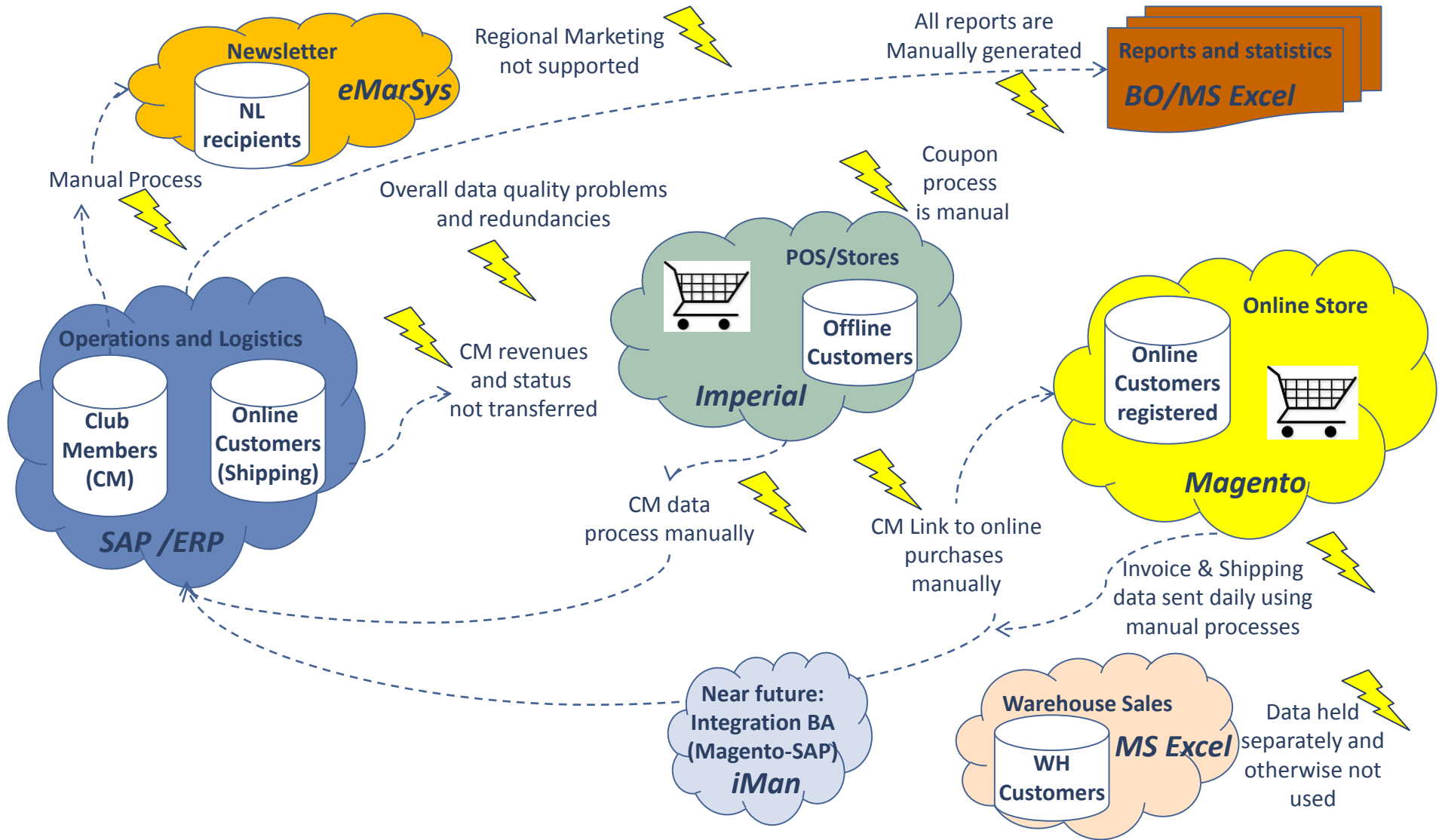
5

Exxent als Partner

Prozess-Landkarte gesamthaft – Überblick im Prozesshaus und Lokalisierung der CRM-Prozesse



Beispielhafte Ausgangslage eines Herstellers in vertikalisierten Märkten



Die Datenbasis zu Kundeninformationen heute ist damit fragmentiert und teilweise redundant

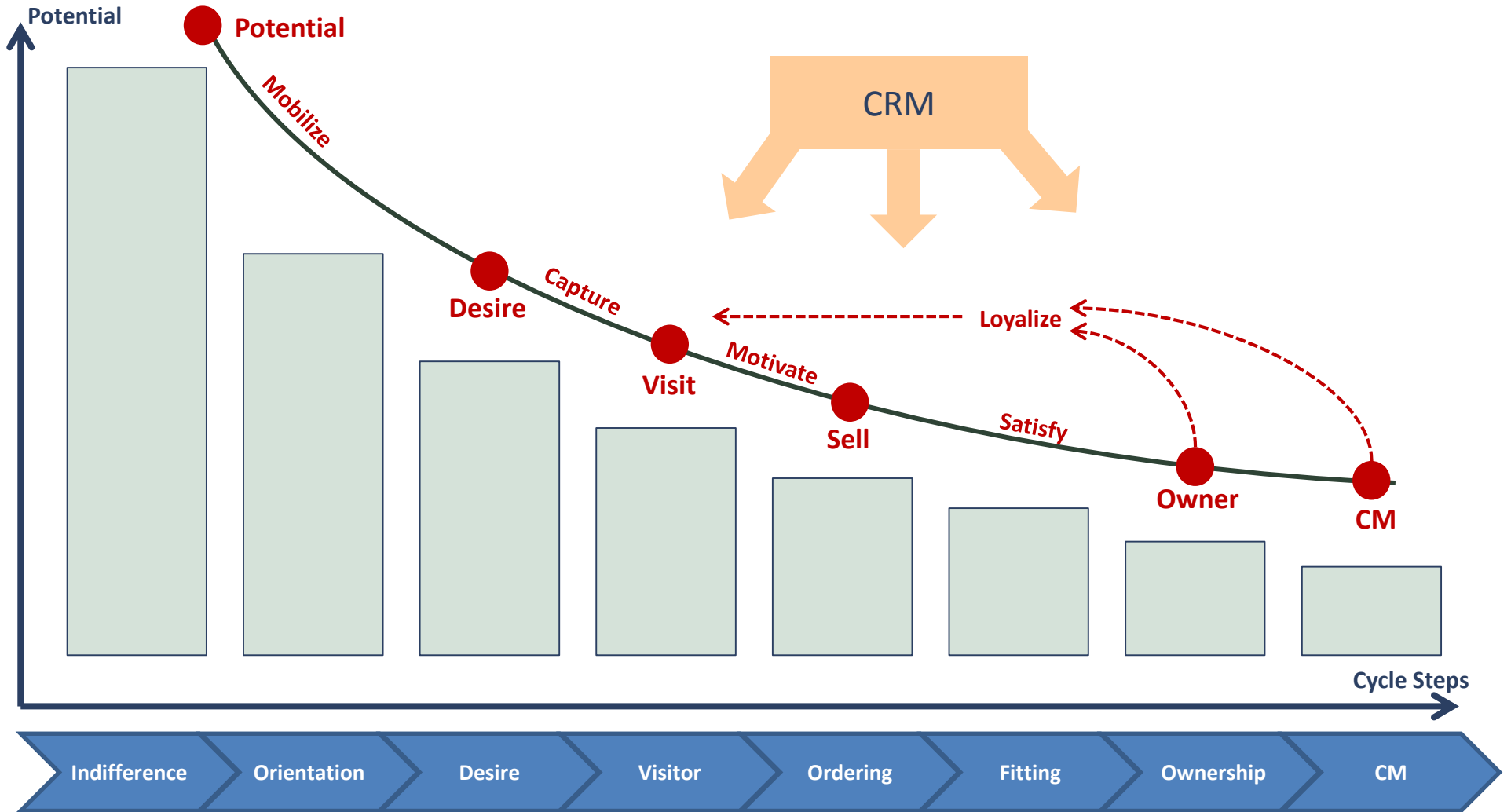
Kundendaten heute in mehreren redundanten Systemen

- **Club-Member**
 - CM Datenbasis im ERP, nicht alle kaufaktiv
 - Redundanzen, Doubletten
 - **Online-Lieferkunden**
 - Im Magento- und SAP-Stamm
 - Interessenten ohne Kauf wenn, nur Magento
 - **Newsletter-Kunden**
 - Stammdaten in eMarSys
 - **Lagerverkaufs-Stammkunden**
 - Eigene Excel-Datenbasis
 - **Kaufaktive Kunden insgesamt**
 - Gesamte Retail-Basis im POS unbekannt
- **Damit dürften heute ca. 50% der Kaufkunden bekannt sein!**

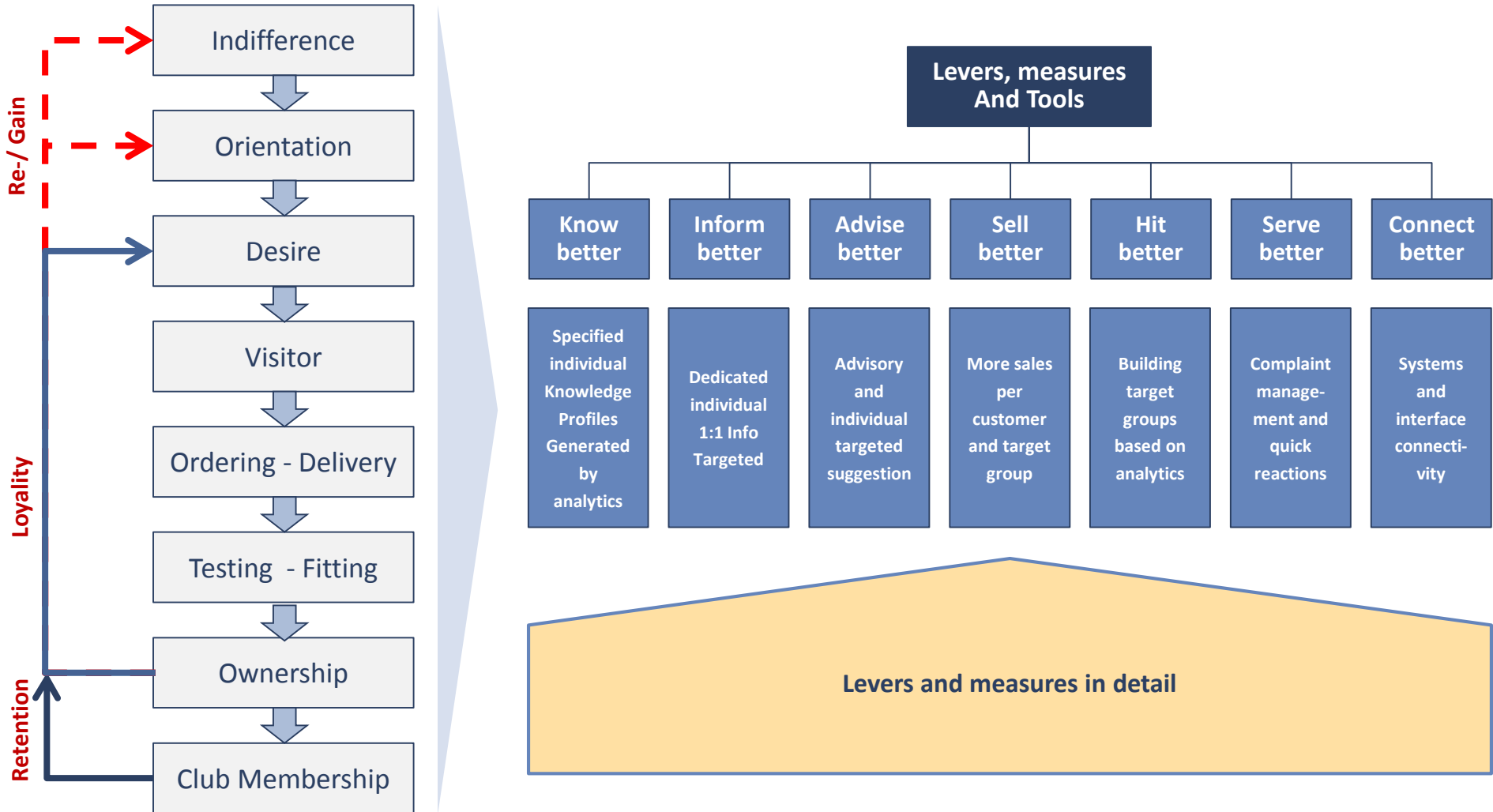
Zielsetzung für die Kundendaten zukünftig im konsolidierten System

- **Club-Member**
 - **Vergrößerung der Datenbasis um 100%**
 - ggf. direkt im CRM
 - **Online-Lieferkunden**
 - **Vergrößerung um 100% - 200%**
 - Treiber Online-Traffic und-Order
 - Interessenten ohne Kauf vermehrt
 - **Newsletter-Kunden**
 - **Vergrößerung um 100 %**
 - Stammdaten in eMarSys
 - **Lagerverkaufs-Stammkunden**
 - **Vergrößerung über neuen Factory-Outlet**
 - Direkt im CRM
 - **Kaufaktive Kunden insgesamt**
 - **Erweiterung über globales Wachstum**
 - **Kontaktdaten-Akquisition im Shop**
 - **Konsumentendaten auch unabhängig von Käufen, Besuchen und Club**
- **Gleichzeitig soll also die Datenbasis vergrößert und Einzelqualität perfektioniert werden!**

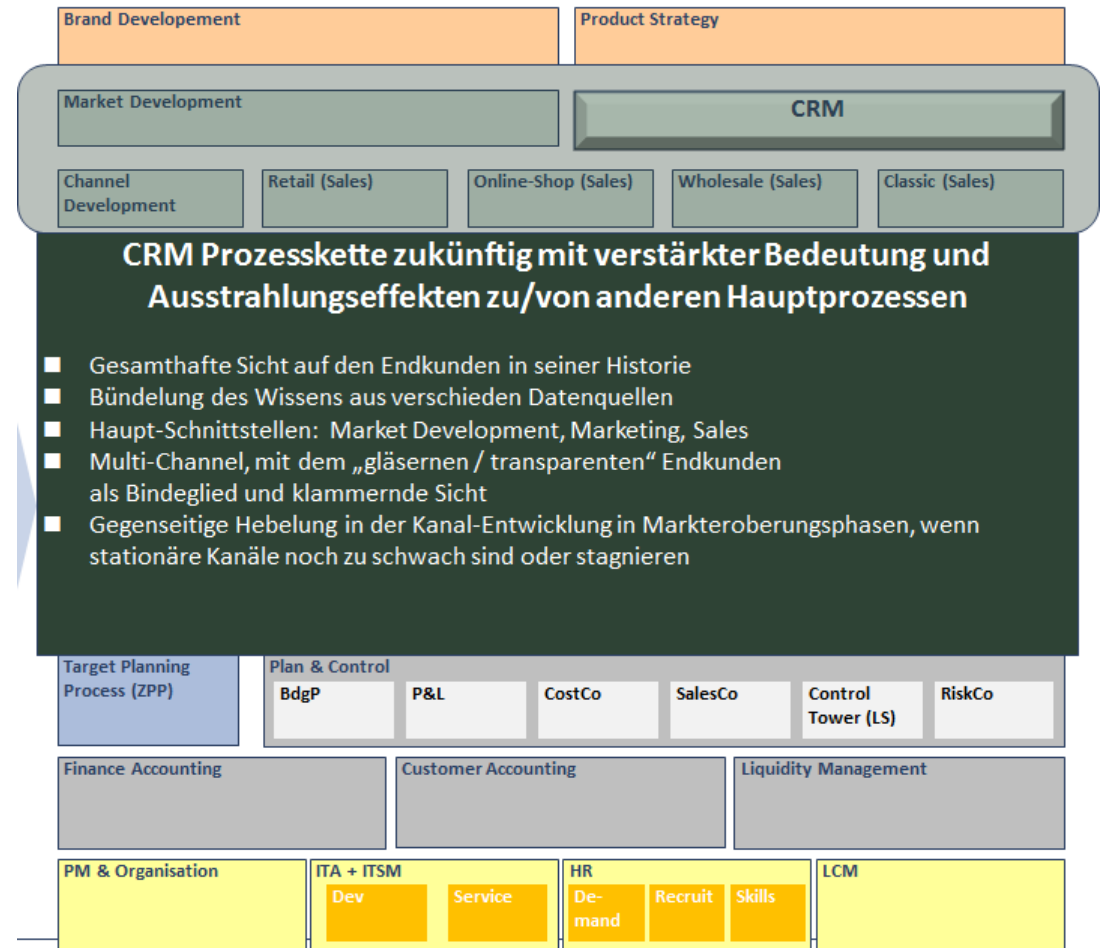
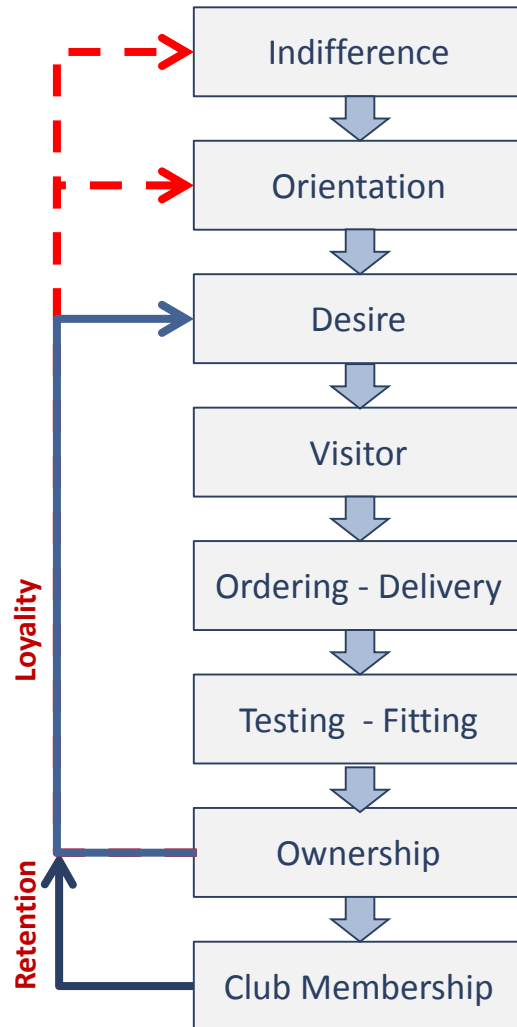
Aus der Sicht Online: Multi-Channel-Effekte des Online Store mit CRM



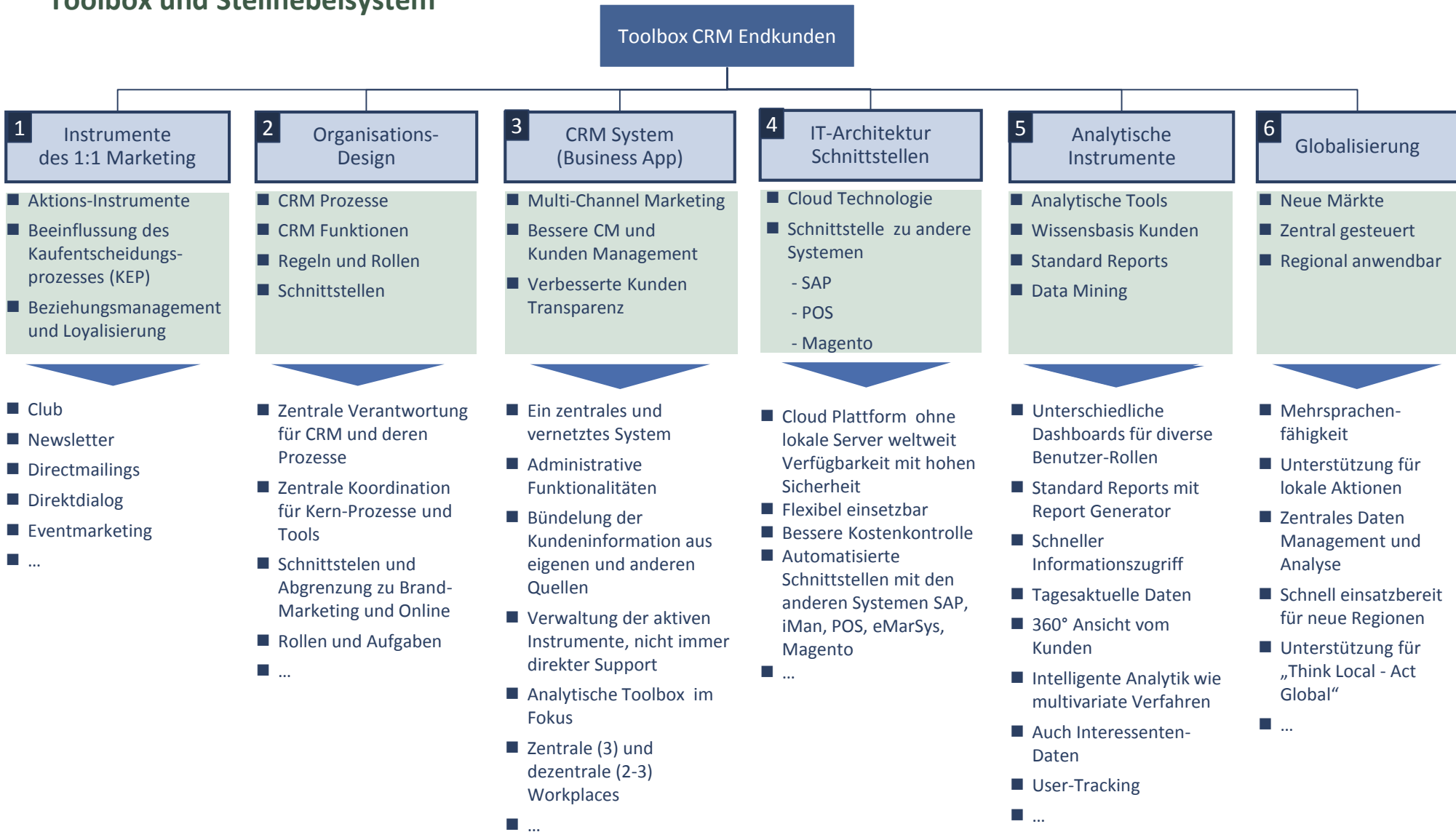
Das Zielsystem des neuen CRM-Gesamtkonzeptes inklusive System mit Blick auf den Kundezyklus



Customer-Cycle als Framework für das CRM Konzept (Prozesse, Organisation, IT, Tools)

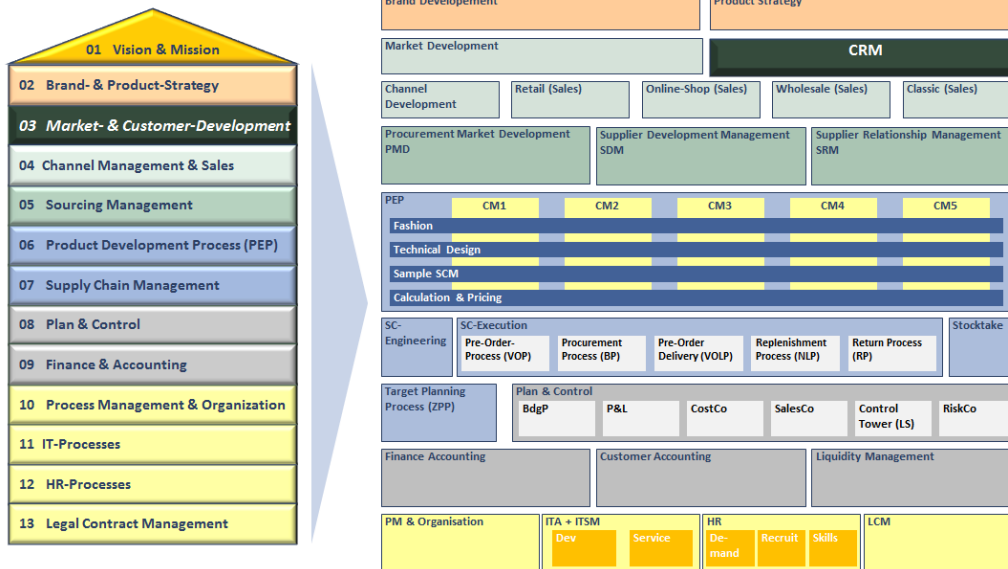


Toolbox und Stellhebelsystem



Prozesse und Rollen im neuen CRM-Konzept

Prozess-Landkarte Golfino 2013 – Überblick Prozesshaus und Lokalisierung der CRM-Prozesse



CRM-Prozesse als Bestandteil der PLK

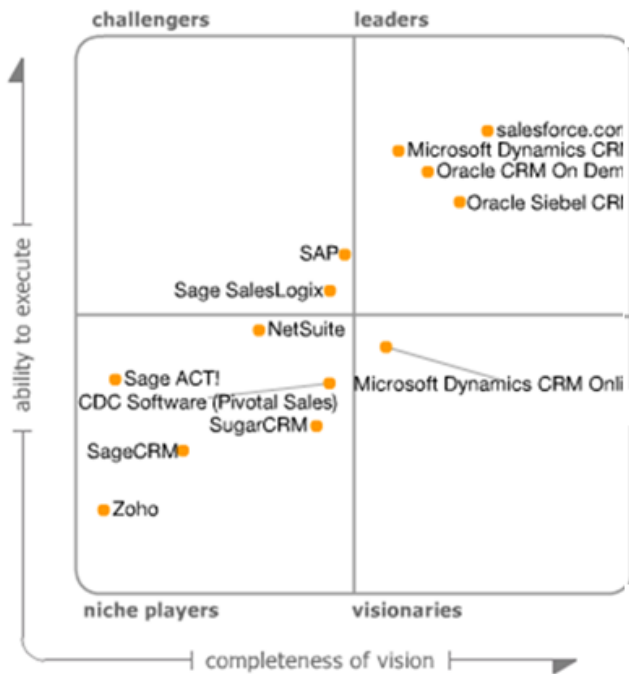
- **CRM Strategie- und Programm-Entwicklung**
- **Club-Management**
 - Erfassung
 - Statusverwaltung
 - Aktionen
- **Beschwerde-Management**
- **Kampagnen-Management**
- **Incentive-Management**
 - Incentivierende Maßnahmen
 - Newsletter
- **System Service & Admin (1st Level)**
- **Analytics & Reporting**



Gartner Magic Quadrant for CRM systems and sales force automation 2011 vs. 2013

2011

Magic Quadrant for CRM systems and sales force automation

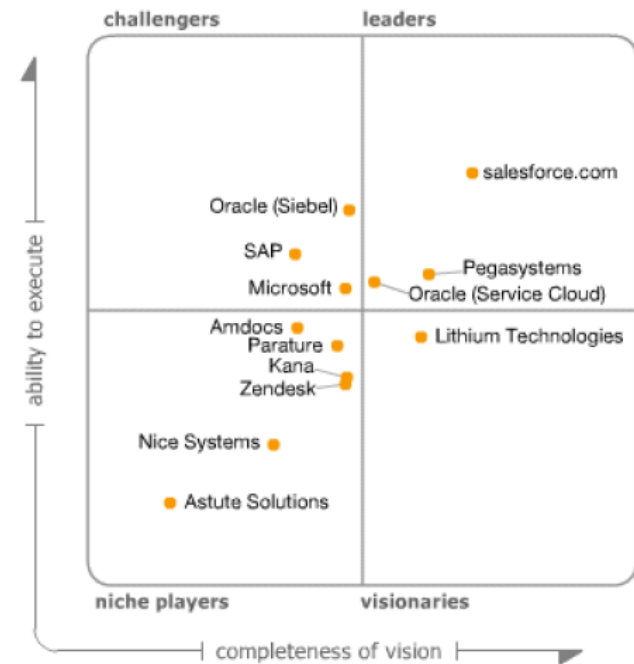


Sources: Gartner (July 2011)

Magic Quadrant

2013

Figure 1. Magic Quadrant for the CRM Customer Engagement Center

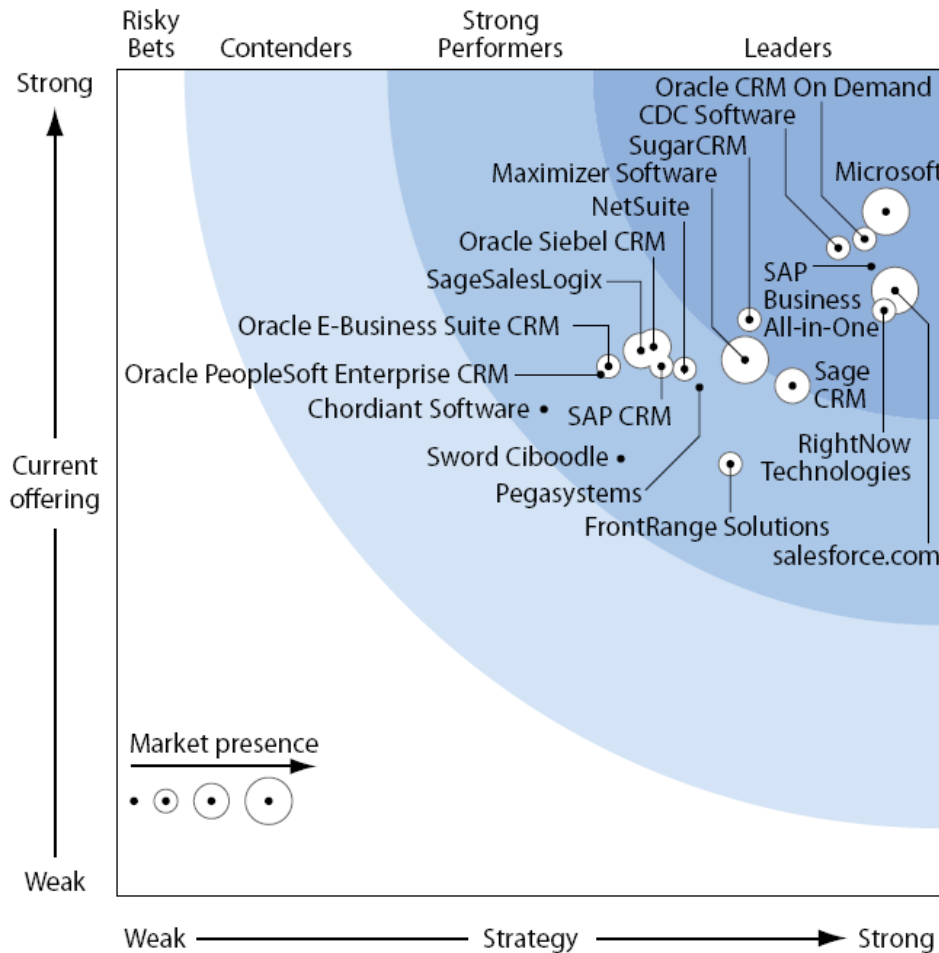


As of May 2013

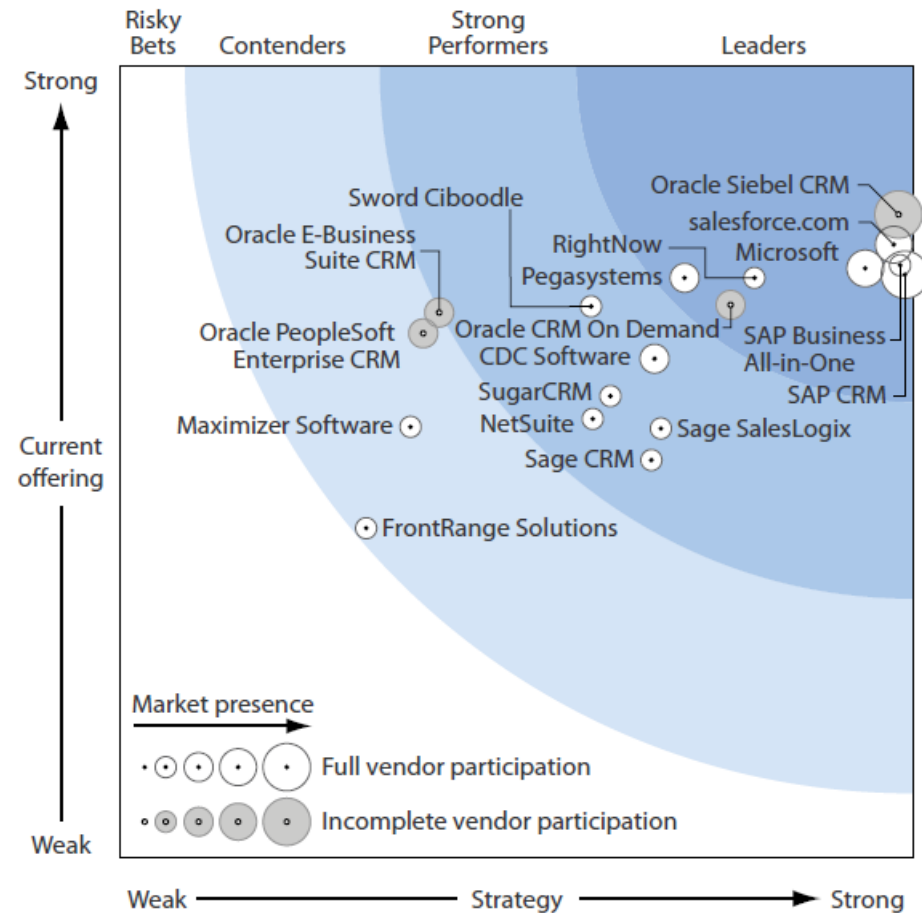
Source: Gartner (May 2013)

Sources: Gartner (July 2011)

Forester Wave™: CRM suites for mid-sized organizations Q2 2010 vs. Q3 2012



The Forrester Wave™: CRM Suite Customer Service Solutions, Q3 2012



Source: Forrester Research, Inc.

Sources: Forrester Research, Inc.

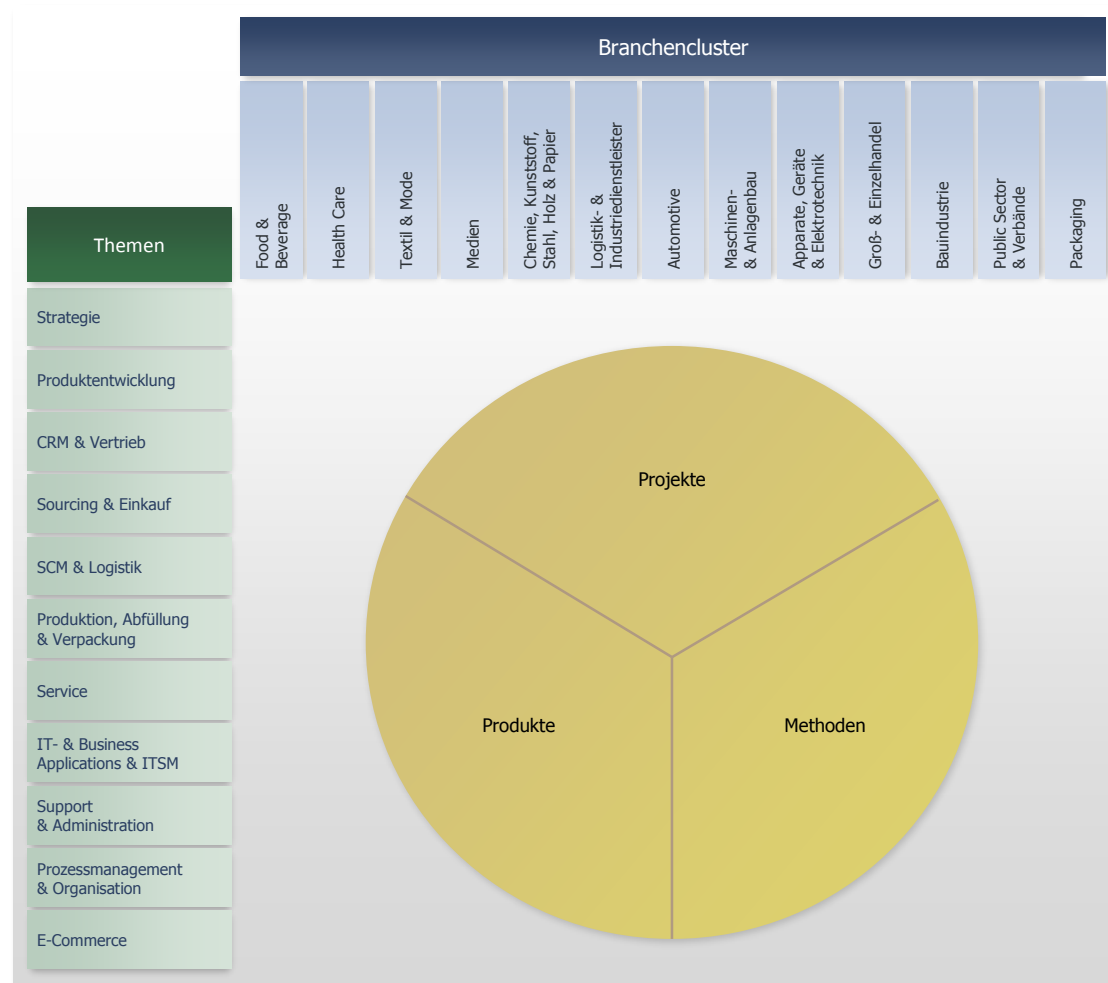
Inhaltsverzeichnis

- 1 Entwicklungen und Trends im deutschen Buchmarkt
- 2 Positionierung der Buchhandlung im Spannungsfeld
- 3 Mögliche Handlungsfelder
- 4 Ansatzpunkte der Zusammenarbeit und Projekterfahrung
- 5 Exxent als Partner**

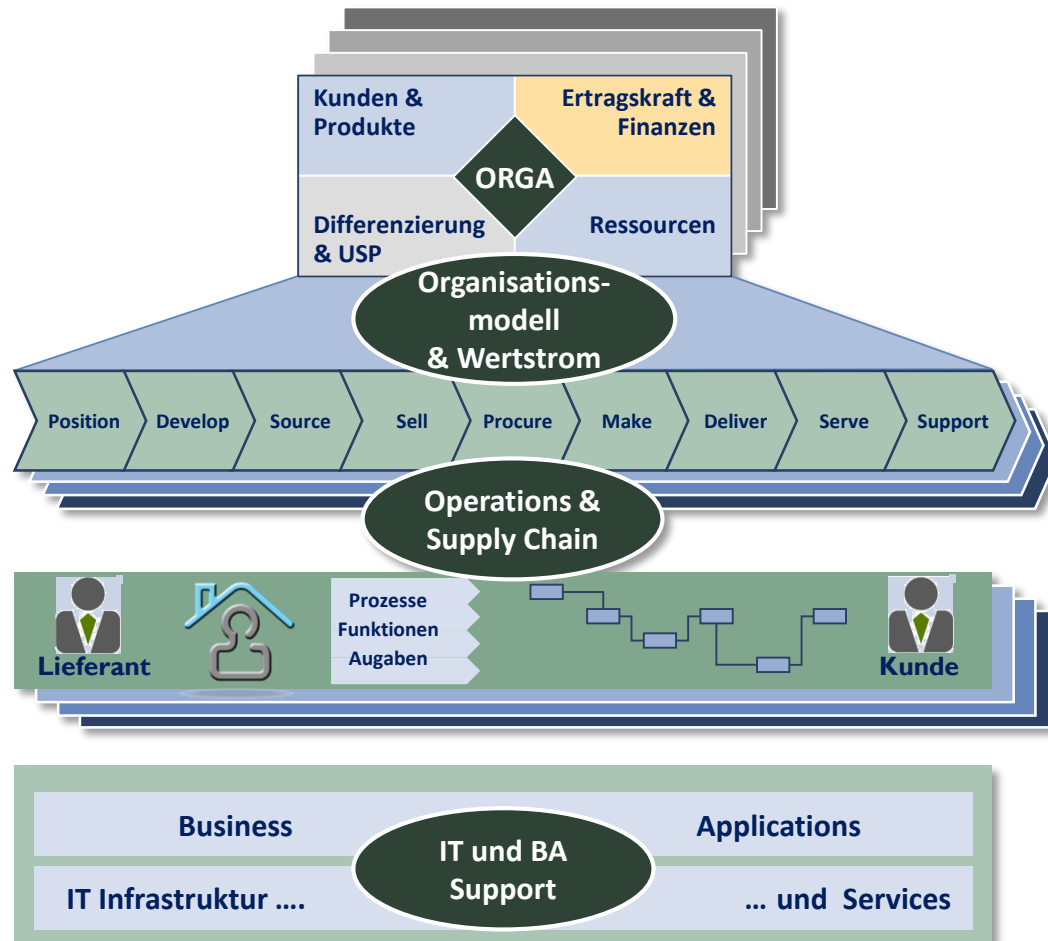
Leistungsspektrum nach Branchen-Clustern und Themen

- Unser **Branchenfokus** beinhaltet sowohl **industrielle Bereiche**, als auch **Branchen-Cluster** aus dem **Dienstleistungsbereich** und dem **Gesundheitswesen**.
- Gleichzeitig transportieren wir unsere Erfahrungen **über die Branchengrenzen hinaus**.
- Wir **konzentrieren** uns dabei auf **ausgewählte Industrien bzw. Branchen-Cluster**:
 - Groß- und Einzelhandel
 - Medien
 - Lebensmittel und Getränke
 - Textil- und Modeindustrie
 - Healthcare und Pharma
 - Automotive (OEM, Zulieferer, Handel)
 - Maschinen- und Anlagenbau
 - Industrie-Services und Logistik-Dienstleister
 - Verpackungsindustrie
 - Elektronik und Wehrtechnik
 - Chemie, Kunststoff und Stahl
 - Bauindustrie
 - Public Sector und Verbände, NGOs
- Für jede dieser **Branchen-Cluster** bieten wir rund um die Beratungsfelder **Operations, Prozesse, SCM, Logistik und IT** ein umfangreiches Set an Themen gestützt durch einen **gut sortierten Werkzeugkasten** an
- Unsere **Produkt-Markt-Matrix** (Branchen, Themen, Methoden) zeigt dies im Überblick

Branchen, Themen und Methoden der Exxent Consulting GmbH im Überblick (vgl. www.exxent-consulting.de)



Unser Leitbild: Die Brückenbauer zwischen Strategie, Prozessen und IT-Tools



Strategie und Geschäftsmodelle

- ▶ Positionierung (Kunden & Produkte) und Segmentierung
- ▶ Differenzierung & USP
- ▶ Ertragskraft & Gewinnmodelle
- ▶ Ressourcen (HR, Assets, Kapital)

Organisationsmodell & Wertstrom

- ▶ Wertschöpfungskette und Kernprozesse
- ▶ Leistungsspektrum (make or buy)

Operations, Supply Chain und Prozesslandkarte

- ▶ Wertstromanalyse und -design
- ▶ Prozess-Management
- ▶ Organisations-Strukturen

IT and BA Management

- ▶ Anwendungen und Software
- ▶ ERP, CRM, CAD, E-Commerce
- ▶ IT - Infrastruktur

Operational Excellence: Unser Beratungsansatz ist konsequent auf alle operativen Funktionen und Prozesse ausgerichtet und stellt die Umsetzung in den Mittelpunkt



Unser Beratungsansatz ist konsequent auf alle **operativen Funktionen und Prozesse** ausgerichtet und stellt die **Umsetzung in den Mittelpunkt**.



Hierzu entwickeln wir **individuell zugeschnittene Lösungen** und **unterstützen intensiv die Umsetzung**, der **größte Anteil** unserer Projekte ist **Umsetzungsarbeit**.



Für unsere **Schwerpunkt-Branchen** stellen wir **spezialisierte Teams** bereit, die mit hervorragendem **Praxis- und Methodenwissen** schnell zum Ergebnis kommen.



Unsere Stärke liegt darin, dass wir für die unterschiedlichen **Problem- und Aufgabenstellungen** in den Operations unserer Kunden stets die **richtige Antwort bezüglich Good Practice**, Konzeptlösungen und Methodik finden.

Wir **konzentrieren** uns auf die **wesentlichen Stellhebel und operativen Potenziale** unserer Kunden, um außergewöhnliche **Resultate messbar** zu erzeugen und um die operative Prozesswelt auf die Strategien hin richtig auszurichten.



Unsere Erfahrungen bereiten wir systematisch in **Stellhebelkonzepten, Frameworks und Maßnahmenbibliotheken** auf, so dass wir über eine **umfangreiche Toolbox** verfügen.



Unsere Kunden schätzen daher unsere Praxisnähe, die **Bereitschaft "die Ärmel hochzukrempeln"** und **dabei zu bleiben bis es läuft**.

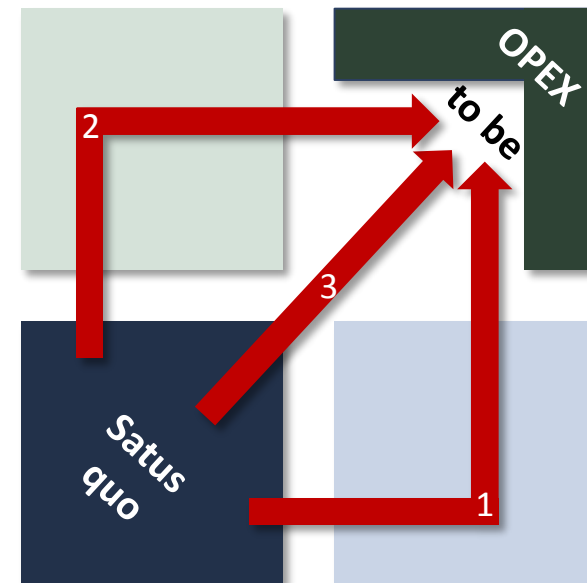


Der professionelle Einsatz unserer **Implementierungs- und Change-Management-Fähigkeiten** sichert **messbare Umsetzungsergebnisse**, an denen wir uns gerne messen lassen.



Umsetzungspfade und Verdaulichkeit als ein Schwerpunktthema der Umsetzung im Mittelstand

- Wir legen ein starkes Augenmerk auf den **richtigen Umsetzungspfad**, denn er alleine entscheidet über **Geschwindigkeit, Erfolg und Motivation**.
- **Pfad 1 = Evolution**: Der erste scheinbar leichteste Pfad zeigt die größte Verdaulichkeit des Umsetzungs-Prozesses, aber auch das größte Speed-Risiko auf.
- **Pfad 2 = Revolution**: Der zweite Pfad nimmt die größte Veränderung vorweg, beansprucht die Organisation am Anfang stark, aber führt am Ende schneller zum Ziel.
- **Pfad 3: Der diagonale bzw. direkte Weg** trägt das größte Motivations- bzw. Verdaulichkeits-Risiko, ist aber unter extremem Handlungs-zwang und Sanierungsdruck oft erforderlich.



Produkte: Mit wenig Aufwand schnell Erfolge erzielen

- Produkte sind **standardisierte und vorkonfigurierte Arbeitsformate**, an denen man Zeit, Aufwand und Euros leicht und nachvollziehbar festmachen kann. Wir wollen somit einen Beitrag dazu leisten, Beratung wieder transparent und kalkulierbar zu gestalten. Alle **Produkte basieren natürlich auf hoch-komprimierten Analyse-, Potenzial- und Lösungsphasen**. Sie eignen sich ideal als Einstieg und Vertrauensbildung der Partnerschaft zwischen Berater und Kunden. Gleichzeitig kann man Sie oft im Verlauf eines Projektes einsetzen, um **Phasen zu beschleunigen** oder einen kleinen Ausflug zu machen.
- Die von uns **angebotenen Produkte** sind hier in einer Auswahl gezeigt, zusammen mit einer groben Angabe der Durchlaufzeit vom Kickoff bis zum Ergebnis (der zeitliche Aufwand ist hiervon natürlich abhängig, aber separat zu sehen, lässt sich aber auf Anfrage schnell angeben):
 - Strategie-SWOT-Workshop (2 Tage)
 - OPEX Scan (3 Wochen)
 - Supply-Chain-Scan (2 Wochen)
 - Logistik Scan (3 Tage)
 - Logistik Audit (1 Woche)
 - Bestände Scan (1 Woche)
 - Behälter- und Verpackungs-Scan (1 Woche)
 - Outsourcing Scan (3 Tage)
 - PLK-TSA-SCAN (Prozesslandkarte und Tätigkeits-Struktur-Analyse) (4 Tage)
 - Overhead Efficiency Check (1 Woche)
 - SAP-Scan oder ERP-Scan (bei MS AX, SAGE, ...) (2 Wochen)
 - CRM Scan (2 Wochen)
 - Auftragsdurchlauf-Management (ADM) oder auch Smart Order-to-Cash (OTC) (4 Wochen)
 - Beschaffungs-Management (BM) oder auch Smart Purchase-to-Pay (PTC) (4 Wochen)
 - Basisverbesserung (4 Tage)
 - Weitere ...

Methoden: Brownpaper und Basisverbesserung als Ankerpunkte

- **Methoden werden flexibel** in unseren **Projekten und Produkten** eingesetzt, sind hoch standardisiert und gehören zu **Handwerkzeug**. Wir nehmen nicht jeden neuen Trend auf, verfeinern aber unsere **Toolbox** seit über 20 Berufsjahren ständig. Zudem wird die Entwicklung in gemeinsamen Forschungsprojekten z.B. mit den Fraunhofer Instituten und anderen Universitäten vorangetrieben.
- Häufig **angewendete Methoden** sind grob nach den drei **Hauptphasen Analyse & Potenziale, Stellhebel & Konzeption, Maßnahmen & Umsetzung** gegliedert:

- SWOT Analyse
- Wertstromanalyse (WSA)
- Scans
- Brownpaper
- PUMA (Projektumfeldanalyse)
- Fuhrparkanalyse
- Logistisches Factbook
- PLK und Prozesshaus (Prozesslandkarte)
- DLZ-Analyse (Durchlaufzeiten)
- Prozess-Funktions-Matrix
- TSA (Tätigkeits-Struktur-Analyse)
- Qualitätskostenanalyse
- Multimomentaufnahme
- YTF Yard-Traffic-Footprint (Hoflogistik- und Werksverkehrsanalyse)
- Ursachen-Wirkungsdiagramm
- Prozessbewertung, Auswirkungsanalyse (better, faster, cheaper)
- Prozesskostenrechnung
- Benchmarking

- Wertstromdesign (WSD)
- Stellhebel-Matrix
- Prozess-Change-Ticket
- ViFlow (Digitales Prozessmanagement)
- Collaborative Organizational Design
- Konvergenz-Workshop
- ITIL / COBIT / ISO Standard Frameworks
- Quality Gates
- RACI / Rollenmodelle
- Logostein (Logistische Simulation mit Legosteinen)
- Multi-Projekt-Planung (MPP)
- KVP (Kontinuierlicher Verbesserungs-Prozess)
- PMIG (Prozess Management Implementation Guide)
- 6-Sigma
- BPM Handbuch
- BPM Steuerungsprozess
- KPI Cockpit

Projekte: Lernkurven und Good Practices

- **Typische Projektanlagen** basieren auf unseren Erfahrungen, gleichzeitig ist jedes Projekt dann wieder individuell und nach Kundenwünschen und auf die **spezifische Situation** zugeschnitten. Somit ist das Ganze für uns auch evolutorischer Prozess, der auch unsere **eigene Lernkurve** abbildet. Außerdem sollten unsere Kunden auch davon profitieren, über uns **von anderen zu lernen**.
- Die von unserem **Team durchgeführten Projekte** lassen sich hier nur in einer **Auswahl** darstellen, gerne nennen wir auf Anfrage konkrete Beispiele, Project Cases und Referenzen.

- Restrukturierung der Operations
- Post Merger Integration nach Übernahme einer Firma durch eine Gruppe
- Reorganisation der operativen Leistungskette und Prozesse
- End-to-End Process Scan
- Durchführung eines Quick Scans in Operations, Supply Chain und Logistik
- Audit und Potenzialanalyse der Operations
- Operational World Class Excellence
- Effizienzsteigerungsprogramme 1-5 entlang der operativen Wertschöpfungskette
- Standardisierung in Prozessen und Produkten
- E2E SAP-Optimierung
- Auswahl und Einführung eines neuen ERP-Systems
- Kostensenkung der Gesamtlogistik
- Einführung Auftragsdurchlaufmanagement (OTC)
- Einführung eines Operativen Prozess Managements
- Organisation BPM
- Neuausrichtung Logistikkette
- Outsourcing der Logistikkette und Kontraktlogistik
- Frachtkostenreduzierung
- Neuaufbau des gesamten Distributions-Netzwerkes
- Neuaufstellung des Behältermanagement
- Optimierung Verpackungskosten
- Manufacturing Network
- Basisverbesserungen in den Operations
- Effizienzsteigerung in administrativen Funktionen
- Optimierung ITSM
- Auswahl und Einführung eines neuen CRM-Systems

Unser Team



John A. Eke
Geschäftsführender Gesellschafter

Mob: +49 (0) 172 824 88 03
john.eke@exxent-consulting.de



Thomas Fiedler
Senior Consultant

Tel/Mob: +49 (0) 89 416 127 35
thomas.fiedler@exxent-consulting.de



Marc A. Eke
Consultant

Mob: +49 (0) 173 721 43 41
marc.eke@exxent-consulting.de



Kristine Heinecke
Senior Consultant

Mob: +49 (0) 170 294 91 60
kristine.heinecke@exxent-consulting.de



Wolfgang Hofmann
Spezialist für Finanzen

Mob: +49 (0) 174 9450184
wolfgang.hofmann@exxent-consulting.de



Dr. Guido Obermüller
Senior Consultant

Mob: +49 (0) 172 824 88 03
guido.obermueller@exxent-consulting.de



Ralf P. Jäschke
Vertrieb und Coaching

Mob: +49 (0) 172 243 91 78
ralf.jaeschke@exxent-consulting.de



Christian Gäde
Senior Consultant

Mob: +49 (0) 177 4660595
christian.gaede@exxent-consulting.de



Exxent Consulting GmbH
Firmensitz

Kontaktdaten:

Adresse:

Exxent Consulting GmbH
Dahlienstr. 13
D-84174 Eching

Ansprechpartner: John Albert Eke (Geschäftsführer)

Tel.: +49 172 824 88 03

Fax: +49 8709 9430290

E-Mail: john.eke@exxent-consulting.de

Internet: www.exxent-consulting.de



Digitale Visitenkarte



Website

